Zur Theorie der Konsumgenossenschaften

Versuch einer Neubegründung

Friedrich Göhring

Zur Theorie der Konsumgenossenschaften

Versuch einer Neubegründung

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Doktorwürde

einer

Hohen Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät

der Wirtschaftswissenschaftlichen Abteilung

der Eberhard-Karls-Universität

zu Tübingen

Vorgelegt von

Friedrich Göhring

aus Ulm a. D.

1926

Referent: Professor Dr. R. Wilbrandt

Korreferent: Professor Dr. C. J. Fuchs

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Motto:

„Es versteht sich ja von selbst, daß da, wo die Dinge und ihre gegenseitigen Beziehungen nicht als fixe, sondern als veränderliche aufgefaßt werden, auch ihre Gedankenabbilder, die Begriffe, ebenfalls der Veränderung und Umbildung unterworfen sind, daß man sie nicht in starre Definition einkapselt, sondern in ihrem historischen bezw. logischen Bildungsprozeß entwickelt."

(Friedrich Engels
im Vorwort zu Karl Marx, „Das Kapital",
3. Band, 1. Teil, 5. Aufl. 1921, S. XVI.)

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41550010_0094

Jedes Mitglied muß einen Anteil einzahlen.

*

Alle Güter werden zu Tagespreisen abgegeben.

*

Einkauf und Abgabe von Gütern erfolgt nur gegen Barzahlung.

*

Von der Erübrigung sind alljährlich Rücklagen zu Abschreibungen und zur Ansammlung von Mitteln für Betriebserweiterungen zu machen.

*

Die Verteilung der Erübrigung erfolgt nur nach Maßgabe der Güterentnahme.

*

Vor Erfüllung der Geschäftsanteilpflicht ist die Auszahlung der Rückvergütung unzulässig.

*

Wir wollen unsere wirtschaftlichen Angelegenheiten in die eigenen Hände nehmen und darin behalten.

(Aus den Richtlinien der „Redlichen Pioniere zu Rochdale", 1844).

Einleitung

Die konsumgenossenschaftliche Praxis leidet seit längerer Zeit an dem Mangel eines theoretischen Systems. Die Literatur ist über die Versuche Staudinger's, Reinhold Riehn's und des Ehepaars Webb nicht hinausgekommen. Sie hat sich mehr und mehr darauf beschränkt, die Konsumgenossenschaft in wertende Beziehungen zu bestimmten Ideenrichtungen, sowie zu Idealwirtschaften (Gemeinwirtschaft, geschlossene Hauswirtschaft usw.) zu bringen und dadurch das Reale fast in ein Nichts aufzulösen. Zwar können konsequente Versuche solcher Art innerhalb solcher Methoden heilsam wirken, wie das beachtenswerte Werk von Reinhard Weber bezüglich des Genossenschaftssozialismus; sie haben jedoch für die Erkenntnis der Wirklichkeit und ihrer Zusammenhänge geringe Bedeutung. Unter den wenigen Ausnahmen ist insbesondere der Historiker des deutschen und englischen Konsumvereinswesens, Theodor Cassau, zu nennen; er hat die Probleme des genossenschaftlichen Großbetriebs untersucht.

Der Verfasser hat, unbefriedigt von den Ergebnissen der Literatur, 1924 die Flucht in die Wirklichkeit gewagt mit dem Ziel, das Unmittelbare der Konsumgenossenschaften in seiner Eigentümlichkeit zu erfassen und darzustellen. Die Versuche sind abgeschlossen; die Quintessenz alles Beobachteten und Erlebten bis zum Herbst 1925 ist die vorliegende Abhandlung. Ihre Methode und ihre Terminologie wurde durch die inzwischen erschienene Literatur nicht mehr beeinflußt.

Umfang und Zweck einer Dissertation zwangen zu den bedenklichsten Einschränkungen. Nur in den gröbsten Umrissen soll deshalb das Wesentliche vorgeführt werden. Dabei mußte der Verfasser eine Reihe einzelner Zusammenhänge aus der Darstellung streichen, insbesondere im § 3. Die Auseinandersetzung mit der Literatur wurde auf das äußerste reduziert; R. Weber's Buch wurde besonders herangezogen. Die gesamte Darstellung beschränkt sich auf die deutschen Verhältnisse: sie muß eine umfassende Kenntnis der Tatsachen voraussetzen; das gilt insbesondere für die §§ 1 und 2. Die Nachteile, die dadurch unvermeidbar werden, hat der Verfasser eingehend erwogen und für das kleinere Übel befunden.

Die gesamte Terminologie dieser Abhandlung ist lediglich ein erster vorläufiger Versuch. Er soll nur die Anregung zu fruchtbarer Weiterarbeit geben und will deshalb nichts Fertiges bieten.

Unsere Methode ist dem System von Karl Marx entnommen. Welch überlegenen Erkenntniswert sie immer noch hat, soll die Darstellung erweisen.

Es wurde dadurch notwendig, einen Zwischenabschnitt einzuschalten: „Karl Marx und die Konsumgenossenschaften“ (§ 5); in diesem soll lediglich — ohne die Probleme erschöpfen zu wollen — eine Aneinanderreihung der unserem Objekt dienlichen Auffassungen und Äußerungen von Karl Marx die Stellungnahme zu ihm erleichtern. Es mußte deshalb insbesondere der zweite Teil des § 4 äußerst gekürzt werden, so daß er nur Belangreichstes enthält. Der ganze dritte Teil über die zentralen Organisationen, einschließlich der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine, mußte völlig wegfallen. Auch im historischen Teil über den „Konsumverein Vorwärts für Dresden und Umgebung, e. G. m. b. H.“ wurden starke Kürzungen nötig.

Der Verfasser mußte ferner davon absehen, Grundbegriffe, wie Wirtschaft, Produktion, Bedürfnis usw., zu begründen oder zu definieren. Dies wäre mit dem Rahmen unserer Darstellung unvereinbar gewesen.

Es sei in diesem Zusammenhang die Anwendung der Sozialpsychologie im § 6 erwähnt: diese faßt die konsumentenpsychologischen Beobachtungen des Verfassers zusammen. Aus der Untersuchung des Verbraucherbewußtseins großer Volksmassen folgt dann unmittelbar die Untersuchung der wesentlichsten Aufgaben des Genossenschaftssekretariats.

Es soll noch kurz der ursprüngliche Zweck dieser Dissertation bemerkt werden. Eine Betriebswirtschaftslehre der Konsumgenossenschaften war und ist das Ziel. Hiefür wurde eine umfassende Statistik einiger Dutzend Vereine seit deren Gründungszeit auszuarbeiten versucht. Sie kann hier nicht verwendet werden; der ganze Plan benötigt auch theoretisch noch Jahre. Sein Gelingen ist wesentlich von den Fortschritten der Betriebsstatistik bedingt. Die Fortbildungskommission des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine hat, was die Vorbedingungen und Möglichkeiten konsumgenossenschaftlicher Statistik betrifft, bereits Bahnbrechendes geleistet. Auch der gegenseitige Austausch monatsstatistischer Ergebnisse unter größeren Vereinen ist ein hoffnungsvoller Anfang. Dieser erstreckt sich zunächst auf gewisse Gliederungen des Umsatzes, der beschäftigten Personen, sowie der Löhne und Gehälter. Ein umfassender Ausbau ist nur eine Frage der Zeit.

Vor jedem Betriebswirtschaftlichen muß das Grundlegendste aufgebaut werden. Der vorliegende Abriß versucht das.

Übersicht

Einleitung VI

I. Teil. Die ökonomische Eigenart der Konsumgenossenschaft

§ 1. Das Grundprinzip

1. Das Prinzip der autonomen Güterbeschaffung 1
2. Mystifikation 2
3. Das Prinzip des maximalen Verbrauchs 2
4. Zusammenfassung: Der Konsumgenossenschaftsgedanke . . . 3
5. Genossenschaftssozialistische Wertungen . . . . .
   a) Bedarfdeckungswirtschaft? 3
   b) Gemeineigentum? 5
6. Die Struktur der eigenen Betriebsmittel
   a) Statisch . . . . .
      aa) Das Genossenschaftsprinzip im engeren Sinn 7
      bb) Das Genossenschaftsprinzip im weiteren Sinn 8
   b) Dynamisch 9

§ 2. Die Sparleistung

I. Die assoziative Sparleistung

1. Die Begleichung 10
2. Die Akkumulation 11

II. Die distributive Sparleistung

1. Die Beschaffungsreserve
   a) Wesen 12
   b) Die Einzelreserve 15
   c) Die Barvergütung 17
2. Aus der Verteilungspolitik
   a) Entwicklungstendenzen
      aa) Die rein genossenschaftliche Preispolitik 18
      bb) Die konsumgenossenschaftliche Preispolitik 21
   b) Beharrungstendenzen
      aa) Minusumsätze 23
      bb) Mangelnde Fundierung der Preispolitik 23

§ 3. Die volkswirtschaftliche Stellung der Konsumgenossenschaften

I. Die reine Gütervermittlung

1. Das Lieferantengeschäft
   a) Das Lieferantengeschäft im weiteren Sinn 24
   b) Das Lieferantengeschäft im engeren Sinn 27
2. Die eigene Gütervermittlung
   a) Die isolierte Konsumgenossenschaft 29
   b) Die organisierte Konsumgenossenschaft 34

II. Konzentration

1. Wesen 40
2. Die Eigenproduktion
   a) Vorbemerkungen 43
   b) Die lokale Eigenproduktion 45
   c) Die zentrale Eigenproduktion 51
3. Das Problem genossenschaftlicher Produktionskartelle
   a) Im weiteren Sinn 54
   b) Im engeren Sinn 54

§ 4. Abweichungen und Fehlgebilde

I. Durch innere Ursachen

1. Anteilreste 57
2. Gefährdete Anteile 60
3. Der Anteilzins 61
4. Die Umsatzdividende 63
5. Die Kapitaldividende . . . . .
   a) Wirkliche Kapitaldividende 65
   b) Scheinbare Kapitaldividende 66

II. Durch äußere Einflüsse

1. Die Konjunktur 67
2. Die Konkurrenz 68
3. Der Werkskonsumverein 69
4. Der Staat, Beispiel: Nachtbackverbot 70

II. Teil. Die ideelle Struktur der Konsumgenossenschaft

§ 5. Karl Marx und die Konsumgenossenschaften

a) Die ökonomische Geschichtstheorie 74
b) Folgerungen 76

§ 6. Die Mitglieder

I. Das Verbraucherbewußtsein

1. Die Stellung des Konsumenten
   a) Nach Marx 86
   b) Nach den subjektiven Theorien 87
2. Zur Entstehung des Verbraucherbewußtseins 87
3. Das Wesen des Verbraucherbewußtseins 89

II. Die Tendenzen des Verbraucherbewußtseins

1. Das passive Verbraucherinteresse 93
2. Der genossenschaftliche Verbrauchergedanke 100

§ 7. Die Genossenschaftsorgane

I. Sekretariat und Mitgliederausschuß

1. Die Hauptaufgabe des Genossenschaftssekretärs 105
2. Die Tätigkeit des Genossenschaftssekretärs
   a) Das Werbesekretariat 106
   b) Das Erziehungssekretariat 109
3. Die Bedeutung des Mitgliederausschusses 113

II. Gesamtverwaltung und Vertreterversammlung . . 114

III. Die ideelle Selbständigkeit der Konsumgenossenschaften 115

III. Teil. Aus der Geschichte des „Konsumvereins Vorwärts für Dresden und Umgeb., e. G. m. b. H."

§ 8. Unter dem Prinzip des maximalen Verbrauchs (1888 bis 1894) 122

§ 9. Unter dem Prinzip der autonomen Güterbeschaffung (1894 bis 1900) 123

§ 10. Die Ermöglichung des Konsumgenossenschaftsgedankens (1900 bis 1910) 125

§ 11. Fortschritte 126

§ 12. Statistisches 127

Berichtigung

1. Seite 5, Zeile 8, statt „den Familien zugemutet werden": „den Familien **nicht** zugemutet werden".
2. Seite 13, Zeile 15, statt „s. Seite 30 ff.": **„s. Seite 15 ff".**

I. Teil

Die ökonomische Eigenart der Konsumgenossenschaft

§ 1. Das Grundprinzip

1. Das Prinzip der autonomen Güterbeschaffung

Am wirtschaftlichen Gründungstermin der Konsumgenossenschaft, auf den die Eröffnungsbilanz lautet, sind an wirtschaftlichen Werten die bezahlten Eintrittsgelder vorhanden.[1] Nach der Gründung leisten die Mitglieder gleich große Geschäftsanteile. Die entstandene Summe wird vom Vorstand durch Kauf in Verbrauchsgüter verwandelt und in dieser Form an die Auftraggeber wieder verteilt. Dieser Vorgang muß sich immer wiederholen. Der ausgegebene Geschäftsanteil muß von neuem einbezahlt werden, um stetig in Güterform wieder zurückzufließen.[2] Der Geschäftsanteil ist also immanenter Einkaufswert (Beschaffungswert). Er wird kontinuierlich erneuert. Seine Summe muß jeweils dem bereitzuhaltenden Gütervorrat entsprechen (Prinzip der autonomen Güterbeschaffung.) Dieses Prinzip gibt der Konsumgenossenschaft den speziellen Charakter der Genossenschaftlichkeit. Es kann deshalb auch als Genossenschaftsprinzip bezeichnet werden.

a) In ihm kommt die „Selbsthilfe"[3] der Verbraucher gegen bestehende Unwirtschaftlichkeiten zum Ausdruck. Wir bezeichnen es besser zugleich als Prinzip der Selbstversorgung einer Verbrauchergesamtheit; dieses schließt die Sicherheit und Stetigkeit der Güterentnahme in sich.

b) Das Prinzip der autonomen Güterbeschaffung umfaßt ferner gewisse wirtschaftliche Gegebenheiten, die es bewußt, d. h. ohne Gegensätzlichkeit zu

---

[1]) Als liquide Reserve ausgewiesen.

[2]) Der periodische Einkauf auf Bestellung mit Hilfe periodisch wieder eingezahlter Mitgliederanteile ist nur ein primitiver Anfang. Für einige Einkaufsgenossenschaften der Verbraucher während der 60er und 70er Jahre war dies wesentlich. — So kaufte der „Waaren-Einkaufsverein zu Görlitz", der bis 1889 Konsumgenossenschaft war, nach seiner Gründung (1861) mit Hilfe der (durch wöchentliche Einzahlungen zusammengebrachten) Anteilsumme von 3 Reichstalern 100 Stück Zigarren, die an die Mitglieder bei gemeinschaftlichen Sonntagsspaziergängen verteilt wurden. Der zweite Einkauf betrug 25 000 Streichhölzer usw.

[3]) Die „Selbsthilfe" („Solidarismus") ist nicht nur ein Ausdruck der „liberalen Genossenschaftstheorie", wie Hans Müller annimmt. (Siehe „Von der liberalen zur sozialen Genossenschaftstheorie", Jena 1924, S. 1 ff.)

ihnen, gebraucht. Das ist vor allem die Wertrechnung. Das Genossenschaftsprinzip scheidet aus dieser zwar das Streben nach abstraktem Geldertrag aus, übernimmt jedoch fast unbeschränkt die Organisations- und Rentabilitätsgrundsätze des Aufwandes und der Leistung einer modernen Privatunternehmung.

2. Mystifikation

In allen Konsumgenossenschaften von den 80er und 90er Jahren an entnehmen sämtliche Mitglieder ihre Äquivalente täglich schon in kleinen Teilen der vorgeschossenen Beschaffungswerte. Dadurch wird zunächst unkontrollierbar, wann eigentlich der (als eingezahlt angenommene) Geschäftsanteil rückgeleistet ist. Diese Schwierigkeit wird noch erhöht. Die gleich großen Geschäftsanteile werden von den Mitgliedern höchstens nur in Raten eingezahlt. Vor allem durch diese Umstände erhält die Güterversorgung der Mitglieder eine scheinbare Mystifikation: das Mitglied hat den Gegenwert der Güter sofort nach Empfang zu leisten. Auch diese in kleinen Mengen zurückfließenden Geldwerte sind nach wie vor Beschaffungswerte für die Güterverteilung; sie sind nur eine unerläßliche Konsequenz des laufenden Betriebs. Die Zerlegung der Güterentnahme in einzelne, nicht genau determinierte, völlig freiwillige Akte ändert an dem Genossenschaftsprinzip nichts. Die von der Verteilungsstelle rückfließenden Geldwerte müssen jeweils für die Vorrathaltung maßgebend sein. Güterbestand und Geschäftsanteilsumme decken sich dadurch nicht genau; dieser Umstand enthält jedoch keinen Widerspruch. Doch es ensteht dadurch der äußere Schein, die Einzelumsätze seien gewöhnlicher privatrechtlicher Kauf.[1]) Das ist unrichtig. Eine solche Auffassung ist ein Merkmal des passiven Verbraucherinteresses (s. § 6).

3. Das Prinzip des maximalen Verbrauchs

Die Entnahme von Gütern durch das Mitglied unterscheidet sich zwar äußerlich im allgemeinen nicht von den Kauf- und Verkaufshandlungen in privaten Detailhandelsgeschäften. Die Äquivalente, welche die Mitglieder für die entnommenen Güter hingeben, stellen insoweit tatsächlich „Preise" dar. Das ökonomische Wesen des Warenverkaufes ist jedoch in der Konsumgenossenschaft in sein Gegenteil verkehrt. In einem privaten Detailhandelsgeschäft sind die Waren nur eine Durchgangsform zur Realisierung einer Gewinnquote. In der Konsumgenossenschaft sind umgekehrt die

[1]) S. Reinhard Weber, „Konsumgenossenschaften und Klassenkampf", Halberstadt 1925, S. 85: „Bei der Konsumgenossenschaft weiß aber im Regelfall niemand, welche und wie viele Güter von den einzelnen Mitgliedern entnommen werden und wann .... Staudinger hätte eher recht, wenn die Konsumgenossenschaften grundsätzlich erst nach eingeholter Bestellung im Großen einkauften. In Wirklichkeit verhält es sich doch so: Die Güter des Vorrats mögen vielleicht zur Verteilung kommen, vielleicht auch nicht. Sie gehören der Genossenschaft als Gemeineigentum, doch niemanden als Privateigentum. In Privateigentum gelangen sie erst durch Barzahlung. Ist dieser Übergang von Gemeineigentum in vorher nicht vertraglich bestimmtes Privateigentum gegen Hingabe von Geld — Kauf oder Nichtkauf?"

Geldwerte nur Durchgangsform für ein bezwecktes Maximum der Güterversorgung, zu leisten mit einem Minimum an Aufwand von Kaufkraft der Mitglieder. (Prinzip des maximalen Verbrauchs, kurz: Verbrauchsprinzip.)

In diesem Prinzip sind begrifflich zwei Elemente enthalten:

a) Die totale Beziehung allen wirtschaftlichen Handelns auf die Güterversorgung des Wirtschaftssubjekts (Güterversorgungsprinzip). Dies setzt den subjektiven Verwendungszweck voraus; es sucht nur die Mittel hiefür mit tunlichst geringem Aufwand zu beschaffen.

b) Das formale Prinzip einer gesellschaftlichen [1] Organisation der konsumierenden Wirtschaftssubjekte (Organisationsprinzip).

4. Der Konsumgenossenschaftsgedanke

In den Organisationsbegriff des Verbrauchsprinzips fügt sich das Genossenschaftsprinzip sehr leicht ein. So entsteht aus dem Prinzip des maximalen Verbrauchs (Verbrauchsprinzip) und dem Prinzip der autonomen Güterbeschaffung (Genossenschaftsprinzip) die begriffliche Einheit Konsumgenossenschaft.

Das Verbrauchsprinzip bekommt vom Genossenschaftsprinzip in der Konsumgenossenschaft erst seinen Organisationsinhalt. Umgekehrt bekommt das Genossenschaftsprinzip durch das Verbrauchsprinzip erst die allgemeinste Entwicklungsaufgabe. Aus dem Genossenschaftsprinzip folgt die jeweilige Beschränkung der Beschaffungsleistung auf die Mitglieder. Sind nun Verbrauchsprinzip und Genossenschaftsprinzip voll in einander aufgegangen, so bekommt diese Beschränkung erst Leben; sie wird zum Drang nach Expansion, also nach Erweiterung des Mitgliederkreises und nach Erhöhung der Güterentnahme des Einzelmitglieds. Letzteres folgt unmittelbar aus dem Prinzip des maximalen Verbrauchs. Die volle Einheit der beiden Hauptprinzipien nennen wir den reinen Konsumgenossenschaftsgedanken. Er ist das Grundprinzip dieser Untersuchung.

5. Genossenschaftssozialistische Wertungen

a) Bedarfsdeckungswirtschaft?

Reinhard Weber mißt die Konsumgenossenschaft an genossenschaftssozialistischen [2] Begriffen (vor allem an einigen der bekannten Thesen Hans Müllers). [3] Das kann zwar für die Neutralitätsfrage von Bedeutung sein, jedoch gleitet Reinhard Weber dadurch an den tatsächlichen ökono-

---

[1] Im Sinn einer Bezogenheit von Wirtschaftssubjekten auf einander.

[2] Der Genossenschaftssozialismus als Idee sucht normativ die Entwicklung der Konsumgenossenschaften mit der Entstehung einer sozialistischen Wirtschaftsgesellschaft in teils totalen, teils partiellen Zusammenhang zu bringen.

[3] S. „Die Klassenkampftheorie und das Neutralitätsprinzip der Konsumgenossenschaftsbewegung", Basel 1907, S. 31 ff.

mischen Gesetzmäßigkeiten vorbei. Der Begriff „Gemeinwirtschaft", soweit er feststeht, ist nicht geeignet, das Wesen der Konsumgenossenschaft vollständig auszudrücken, trotzdem das Prinzip des maximalen Verbrauchs (isoliert gesehen, d. h. im Unterschied vom Genossenschaftsprinzip) ein Bestandteil des Begriffes „Gemeinwirtschaft" ist. „Gemeinwirtschaft" ist eine Totalität. Sie muß also die „ökonomische Struktur der Gesellschaft" [1] umfassen, d. h. nicht nur einzelne „Produktionsverhältnisse", [1] sondern deren Gesamtheit.

Auch „Bedarfswirtschaft" und „Bedarfdeckungswirtschaft" scheiden für eine wissenschaftlich zulässige Bezeichnung aus. Reinhard Weber führt folgende „Merkmale der Bedarfdeckungswirtschaft" an: [2]

1. Die Vorrathaltung der „sozialistischen Wirtschaftsgemeinschaft" richtet sich grundsätzlich nach dem angemeldeten Bedarf.
2. Die Freiwilligkeit der Güterentnahme aus dem gemeinschaftlichen Vorrat ist tatsächlich aufgehoben, weil der Genosse seinen Bedarf aus dem Vorrat decken muß, „wenn er nicht auswandern will".

Z. B. ein Braunkohlensyndikat, das nach diesen Richtlinien verfährt, insbesondere sein Absatzgebiet völlig kennt und beherrscht, müßte diesen Kriterien der „Bedarfdeckungswirtschaft" ziemlich nahe kommen. Eine fatale Konsequenz im Hinblick auf die heutigen Preiskämpfe im Brennmaterialiengeschäft der Konsumvereine.

Auch wenn eine sozialistische Wirtschaft in ihren Standorten nur eine einzige Verteilungsorganisation unterhält, wäre dadurch die Freiwilligkeit der Güterentnahme noch nicht aufgehoben. Die Differenziertheit in der Zusammensetzung der individuellen Bedürfnisbefriedigungen wird auch in einer Wirtschaftsgesellschaft mit sozialistischer Struktur in großem Umfang bestehen bleiben. Eine solche Differenziertheit beruht im einzelnen immer auf freiwilligen und oft auch zufälligen Dispositionen der einzelnen Familien. Die Gesamtsumme des Einkommens muß dann allerdings in den Vorratstellen der Verteilungsorganisation realisiert werden; aber mit einer solchen Feststellung ist zur Beurteilung des Freiwilligkeitsprinzips nicht viel gewonnen. Die Qualitätsunterschiede der meisten Artikel und die Verschiedenheit der individuellen Bedürfnisse überhaupt, sowie der Einkommensverhältnisse wird — vom Kommunismus abgesehen — immer eine grundsätzliche Freiwilligkeit der Bedürfnisbefriedigung voraussetzen.

Und wie steht es mit dem Erfordernis, den Bedarf des Verbrauchers vorher anzumelden? Das ist im allgemeinen unmöglich. Die Anmeldung des Bedarfs eignet sich — neben besonderen Fällen, wie bei ungenügend entwickelten Kuchengebäck- und Konditoreiabteilungen — im wesentlichen nur für den Bezug größerer Mengen zur Eindeckung der Mitglieder auf längere Zeit (z. B. Brennmaterialien und Kartoffeln für den Winterbedarf). Unter den Begriff „Bestellung" fällt ferner die Einzahlung von Raten

[1] S. Karl Marx, Einleitung zur „Kritik der politischen Ökonomie".

[2] A. a. O., S. 81 ff.

während eines gewissen Zeitraums zum Zweck des Bezugs einer hochwertigen Gütermenge durch das Mitglied am Schluß des betr. Zeitraums. Beispiele hiefür sind: die sächsische Stollenbäckerei, sowie die Organisation des Kohlenabsatzes durch Kohlensparmarken à 50 Pfg. in der Hamburger „Produktion". Soweit Möglichkeiten einer vorherigen Anmeldung bestehen, werden sie in den Konsumgenossenschaften zum größten Teil heute schon ausgenutzt. Eine Anmeldung des einzelnen Kleinbedarfs einige Tage vor der Entnahme kann dagegen allgemein den Familien zugemutet werden. Eine solche würde nur den Buchungs- und Kontrollapparat unheimlich aufblähen, ohne wirtschaftlich irgend einen positiven Effekt zu entwickeln. — Allgemeine Verbrauchsvoranschläge können die Familien ebenfalls nicht aufstellen. [1]

Schwankungen und Unbestimmtheiten in der Güterentnahme können also auch in der „Bedarfdeckungswirtschaft" nicht völlig vermieden werden. [2]

R. Webers Kriterium der „Bedarfdeckungswirtschaft" entspricht folgerichtig einer abstrakt-ökonomischen und zwar „subjektiven" Wirtschaftsauffassung, wie sie sich in den „subjektiven Werttheorien" [3] offenbart. Das auf solche Art gebildete unhistorische Kriterium versagt jedoch völlig. Auch der Ausdruck „Bedarfdeckungswirtschaft" selbst ist unhaltbar; die Bedarfdeckung ist, historisch gesehen, nur etwas Formales. Der Bedarf wird in jeder Wirtschaftsform gedeckt. Dagegen die Bestimmungsgründe des effektiven (zur Befriedigung in Betracht kommenden, z. B. auf den Wirtschaftsmärkten erscheinenden) Bedarfs, sowie die Methoden zu seiner Deckung — dies ist historisch verschieden.

b) Gemeineigentum?

Die beiden Hauptprinzipien der Konsumgenossenschaft — das Verbrauchsprinzip und das Genossenschaftsprinzip — müssen zu völliger Einheit zusammenwachsen. Das geschieht durch die Leitung des Betriebes. Innerhalb der Konsumgenossenschaft bilden Hauptlager und Verteilungsstellen den Betrieb; in ihm bewirtschaftet die (von den Mitgliedern eingesetzte) Gesamtverwaltung (Vorstand und Aufsichtsrat) das Gesamteigentum.

Dieses Gesamteigentum wird häufig als „Gemeineigentum" bezeichnet und zu dem Begriff „Gemeinwirtschaft" in Parallele gestellt. R. Weber gibt in seinem Buch eine hauptsächlich sozialethische Kritik dieses Standpunktes. Ganz richtig weist er vor allem auf die Freiwilligkeit des Ein- und Austritts der Mitglieder hin. Der Personenverband Genossenschaft

---

[1] Im Gegenteil, dies soll doch in einer solchen Wirtschaftsweise von der „Gemeinschaft" geleistet werden, etwa in Gestalt regional typisierter Haushaltungsvoranschläge der Einkommensgruppen. Auf den genauen Einzelbedarf kann dagegen niemals Rücksicht genommen werden.

[2] Dies gibt auch R. Weber zu, jedoch mit anderer Motivierung: „Auch in einer solchen" (einer „vollendeten Gemeinschaftswirtschaft") „kann allerdings der Bedarf niemals vollkommen bekannt sein, da alle Wirtschaft auf Zukunft gerichtet ist. Diese Unvollkommenheit ist eine unter allen denkbaren Umständen notwendige". (S. 82.)

[3] Die Bezeichnung „Subjektive Werttheorie" ist eine Konzession des Verfassers an die terminologische Sitte.

hebt sich schon hierdurch von einer allgemeinen, umfassenden Gemeinwirtschaft ab. R. Weber ist auch der Lösung nahe, wenn er schreibt:

„In vollendeter Gemeinschaftswirtschaft gäbe es nur Gemeineigentum"... „Jede in die Gemeinschaft hineingeborene Generation, sowie jeder Einwanderer fände dieses Gemeineigentum a priori vor. Im heutigen „gewöhnlichen Konsumverein" ist das wiederum ganz anders. Die Geschäftsanteile ... sind gar nicht Gemeineigentum, sondern der Genossenschaft lediglich während der Dauer der Mitgliedschaft zur Nutzung überlassen." (A. a. O., S. 92.)

R. Weber wertet jedoch wiederum das Gesamteigentum der Konsumgenossenschaften von einem Gemeineigentumsbegriff aus. Dadurch entfernt er sich von der Lösung. Er geht in Wirklichkeit von einem bloßen privatrechtlichen Kreditverhältnis des Betriebs zum Einzelmitglied aus. Das trifft den Kern der Sache nicht. Während der Mitgliedschaft verliert das einzelne Mitglied jede individuelle Verfügung über den ihm gebuchten Geschäftsanteil. Nur die Satzung, d. h. der Wille der Gesamtheit, hat zu bestimmen. Darauf kommt es an. Tritt das Mitglied aus, so ist selbstverständlich sein Anteil am Gesamteigentum verloren. Es geht jedoch fehl, aus dem bloß juristischen Akt einer Beendigung der Genossenschaftlichkeit des Anteilbetrages auf dessen ökonomisches Wesen während der Wirksamkeit zu schließen.

„Gemeineigentum" drückt, wie „Gemeinwirtschaft", eine Totalität aus. Wie das Prinzip des maximalen Verbrauchs ein Teil des gemeinwirtschaftlichen Gedankens ist, so ist das Gesamteigentum der Konsumgenossenschaften, der Funktion nach, ein kleiner Repräsentant eines Gemeineigentumsbegriffs, ohne jedoch im letzteren aufzugehen: das Gesamteigentum enthält den speziellen Gehalt des Genossenschaftsprinzips.

Anstatt in der freien Vereinigung kleiner Kapitalsplitter zum Zweck der Selbstversorgung das (den außergenossenschaftlichen Wirtschaftstendenzen fremde) spezifisch Genossenschaftliche herauszuarbeiten, kommt R. Weber durch eine Wertbeziehung zum Gemeineigentum zu einem völlig negativen Standpunkt. Die Konsumgenossenschaft hat als Glied der bestehenden Volkswirtschaft Sondereigentum wie alle andern Unternehmungen; auch ihre Betriebsmittel teilen sich vor allem in eigene und fremde.[1] Das Problem der fremden Betriebsmittel ist auch in der Konsumgenossenschaft vom Standpunkt der Unkosten und der Liquidität zu beurteilen. Trotzdem dienen alle Betriebsmittel lediglich der günstigsten Güterversorgung und dem Aufbau des Betriebes. Aus diesen Gründen müssen sozialethische Spekulationen über die Geschäftsanteile immer Widersprüche ergeben.

R. Weber verneint für die Geschäftsanteile das „Merkmal des Gemeineigentums". Dagegen bejaht er es für die „Eintrittsgelder", die

[1]) Daneben ist noch die Kapitalleihe von Mitgliedern (z. B. Spareinlagen, Hausanteile) erheblich.

„Reserven" und für die „Produktionsmittel".[1] Diese Auffassung ist unmöglich. Die gesamten Einrichtungen (in mittleren und größeren Vereinen vor allem Inventar, Maschinen, Beleuchtungs- und Heizungsanlagen, Kraftwagen- und Fuhrpark, Gleisanlagen, Kühlanlagen usw.) sind doch nur einige der konkreten Vermögensformen, in denen abstrakte Passiv- (Kapital-) werte der Bilanz, wie Geschäftsanteile, Reserven, Spareinlagen, Hypotheken, Warenkredite usw., realisiert sind.[2] Die Anwendung des Eigentumsbegriffs auf die Betriebsmittel der Konsumgenossenschaft ist deshalb nichtssagend. Damit bestätigt sich die Richtigkeit einer Betrachtung des tatsächlichen Wesens der eigenen Mittel im Sinn des Genossenschaftsprinzips.

6. Die Struktur der eigenen Betriebsmittel

a) Statisch[3]

aa) Das Genossenschaftsprinzip im *engeren* Sinn stellt den Güterbestand dem bilanzmäßigen Stand der Geschäftsanteilkonten gegenüber. Danach müssen die Geschäftsanteile absolut (d. h. in ihrer satzungsgemäßen Nominalhöhe) die rationelle Grenze für die Höhe des Güterbestandes bilden. Reserven für die Güterverteilung sind von diesem Standpunkt vor allem zur Deckung des *relativen Anteilrestes* zu bilden. Ein solcher Rest entsteht durch die Differenz zwischen der nominellen Höhe des Geschäftsanteils und der Höhe der tatsächlich den Mitgliedern gutgeschriebenen Anteilsummen. Das umgekehrte Beispiel bietet die *Anteilintensität*. Darunter verstehen wir die Differenz zwischen dem (in diesem Fall *größeren*) Kontenbestand der Geschäftsanteile und der (kleineren) Gesamtsumme der nominalen Geschäftsanteile, berechnet auf ein *kaufendes* Mitglied.

Die Höhe des (zur Erfüllung des Genossenschaftsprinzips im engeren Sinn notwendigen) nominalen Geschäftsanteils kann nur von Fall zu Fall normiert werden. In reinem Lebens- und Genußmittelgeschäft mittlerer Ausdehnung mit eigener Bäckerei und weiteren kleineren Eigenproduktionsbetrieben wird hiefür durchschnittlich ein Geschäftsanteil in Höhe von 50 bis 60 Reichsmark pro Mitglied (in den letzten Vorkriegsjahren annähernd 40 Reichsmark) ausreichend sein. Schwieriger wird die Beurteilung im Falle des Hinzutretens eines Textil-, Schuh- und Haushaltungsartikelgeschäfts, namentlich aber bei etwaigen Angliederungen von Fleischerei- und von Molkereibetrieben. Hier muß der Betrag entsprechend erhöht werden. Das Genossenschaftsprinzip im engeren Sinn ist in der Gegenwart im wesentlichen noch

---

[1] Als „Produktionsmittel" werden auf S. 93 „Maschinen, Mobiliar, Inventar usw." bezeichnet. Über die Zugehörigkeit der Grundstückswerte, der angelegten Werte und der flüssigen Werte führt R. *Weber* nichts aus. Den Güterbeständen spricht jedoch R. *Weber* auf der oben zitierten Stelle, S. 85, „Gemeineigentum" zu.

[2] Allgemein siehe vor allem *Nicklisch*, „Wirtschaftliche Betriebslehre", Stuttgart, 1922, S. 59 ff. — Man müßte unsere Genossenschaftstheoretiker einmal einladen, etwa unter den Beständen von Nebenbetrieben das „echte" und das „unechte" Gemeineigentum herauszusuchen.

[3] Analysen der eigenen Betriebsmittel nach dem Stand der Bilanz mit Hilfe des Prinzips der autonomen Güterbeschaffung.

nicht anzutreffen. In den Krisen der deutschen Volkswirtschaft nach der Stabilisierung der Devisenkurse der deutschen Mark sind die relativen Anteilreste infolge des Rückganges der Durchschnittsumsätze pro Mitglied zunächst krankhaft hoch geworden.

Die Deckung der Einrichtungen und Maschinen des Betriebes ist nach dem Genossenschaftsprinzip i. e. S. durch Spezialreserven, die Deckung der Grundstückswerte durch Hausanteile vorzunehmen.

bb) Das Genossenschaftsprinzip im weiteren Sinn stellt die gesamten Betriebswerte den eigenen Mitteln[1]) gegenüber, unter der Berücksichtigung von mindestens 50 bis 60 Prozent der Spareinlagen. Vom Standpunkt des Genossenschaftsprinzips i. e. S. sind hier absolute Anteilreste vorhanden; d. h. die Nominalhöhe des Geschäftsanteils reicht nicht aus, um das rationelle Minimum des Güterbestandes zu decken. Unter dieser Schwäche leiden verschieden stark die meisten Konsumgenossenschaften. Charakteristisch ist hiefür ein Geschäftsanteil von 30 Reichsmark, vor dem Krieg 20 Mark. Hohe Abschreibungen und starke Reserven sind schon unter solchen Umständen die meist notwendigen Folgen. Die Wirklichkeit ist bezüglich der Deckung durch eigene Mittel, Spareinlagen und andere Betriebsmittel äußerst vielartig, vor allem je nach der Nominalgröße des Geschäftsanteils; letztere richtet sich hauptsächlich nach der Zusammensetzung der Mitgliedschaft. Unerläßlich sind hierbei fremde Hypothekenkredite. Nach den Richtlinien des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine vom November 1903 sowie vom

---

[1]) Die Bilanzmuster der Fortbildungskommission des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine haben sich in die Konsumgenossenschaften dieses Verbandes zum größten Teil, allerdings nicht immer unabgeändert, eingebürgert. In diesen Mustervorlagen sind die „Betriebswerte" eingeteilt in a) „Vorräte", also Güterbestände, Bestände der technischen Nebenbetriebe, Leergut, Tüten- und Packmaterialbestände, b) „Einrichtungen". Die „eigenen Mittel" auf der Passivseite gliedern sich in a) Gesamtwert der Geschäftsanteile, b) Haupt- und Sonderrücklagen. Von den letzteren kommen neben den allgemeinen Sonderrücklagen namentlich Produktionsrücklagen, Erneuerungs- und Erweiterungsrücklagen, sowie Selbstversicherungsrücklagen in Betracht. Die „eigenen Mittel" sind gleichbedeutend mit dem Begriff „Genossenschaftsvermögen", den J. Schär verwendet; (s. namentlich „Konsumverein und Warenhaus", Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Bd. 31, sowie „Kalkulation und Statistik im genossenschaftlichen Großbetrieb", Basel 1910.) Das dort enthaltene sozialwirtschaftliche Bilanzsystem ist geeignet, die Bilanz in den Mustervorlagen des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, in welchen der Liquiditätsgedanke besonders stark berücksichtigt ist, zu ergänzen. Letztere enthält:

Vermögen	Schulden
1. Betriebswerte	1. Eigene Mittel
2. Grundstückswerte	2. Grundstücksschulden
3. Angelegte Werte	3. Aufgenommene Mittel
4. Flüssige Werte	4. Laufende Verpflichtungen
5. Forderungen	5. Reinertrag

Die Bilanz von Schär ist folgendermaßen eingeteilt:

Kapitalverwendung	Kapitalbeschaffung
1. Immobilien	1. Genossenschaftsvermögen
2. Mobilien	2. Von den Mitgliedern geliehenes Kapital
Summa festes Kapital	3. Von der Genossenschaft verwaltete Fonds und Kautionen
3. Warenvorräte	4. Fremdes Kapital, darunter Grundschulden
4. Liquide Anlagen	5. Überschuß
Summa Umlaufendes Kapital	

Mai 1916 sind die Grundstücke der Genossenschaft mit einer in 20 bis 30 Jahren amortisierbaren ersten Kassenhypothek von 50 bis 60 Prozent des Taxwerts zu belasten; die Deckung des Restes erfolgt durch eigene Mittel, also vor allem durch Grundstücksreserven, ferner durch unkündbare, jedoch auslosbare Hausanteile bezw. Obligationen; für deren Betrag kann eine Sicherheitshypothek auf die Grundstücke eingetragen werden. Für die Hausanteile kommen zunächst (umzuwandelnde) überdurchschnittliche Spareinlagen der Mitglieder in Betracht. Diese Richtlinien gewinnen künftig wieder volle Richtigkeit.

b) Dynamisch

Die dynamische Betrachtung hat die Entwicklungsbedingungen des Genossenschaftsprinzips klarzustellen. Dies erfolgt in den kommenden Paragraphen. Es sei nur allgemein auf die Vorzüge des Genossenschaftsprinzips i. e. S. hingewiesen. In der theoretischen Literatur werden häufig (aus sozialethischen Erwägungen) die Geschäftsanteile als notwendiges Übel angesehen. Das Anwachsen der Reserven aller Art soll nach solchen Anschauungen zur faktischen Bedeutungslosigkeit des Geschäftsanteils, auch für die Güterverteilung, führen. Solch extreme Postulate, auf die noch zurückzukommen sein wird, sind nicht haltbar; sie werden auch von der Gesamtbewegung abgelehnt. Die Geschäftsanteilkonten müssen in den Konsumgenossenschaften nach wie vor das Fundament der Güterverteilung bleiben. England zeigt dies mit zwar extremer, aber monumentaler Deutlichkeit. Dementsprechend hat der Zentralverband deutscher Konsumvereine schon vor 1914 große Pläne über die entscheidende Erhöhung der Geschäftsanteile (auf 50 bis 60 Mark) gefaßt. Krieg und Nachkriegszeit haben auch hier alles jäh unterbrochen.

§ 2. Die Sparleistung

I. Die assoziative Sparleistung

Die Geldwerte, welche (als Gegenwerte der Güter) von der Verteilungsstelle zur Verfügung der Betriebszentrale zurückfließen, sind als Beschaffungswerte zugleich Beiträge zur Deckung der Betriebsunkosten. Die Kalkulation der Abgabepreise enthält jedoch darüber hinaus weitere Zuschläge.[1]) Diejenigen Überschußteile, die den Mitgliedern nicht zurückerstattet werden, bilden die assoziative Sparleistung i. e. S., mit der wir uns hier zu befassen haben. Daneben besteht eine assoziative Sparleistung i. w. S.: Die Spareinlagekonten der Mitglieder. Sie unterscheidet sich von der assoziativen Sparleistung i. e. S. schon dadurch, daß sie nicht — wenigstens nicht unmittelbar — aus der Güterentnahme entsteht. Sie kann auch nicht von vorneherein in die unten folgende Klassifikation eingereiht werden. 1. Die dringlichste Aufgabe

[1]) Als Nebenerträge kommen außerdem in Betracht: Zinserträge, Barzahlungsabzüge, Leerguterträge, Erträge der technischen Nebenbetriebe (wie Schlosserei, Tischlerei, Licht- und Kraftstromabteilung), sowie Erträge aus etwaigen eigenen (Sach-) Versicherungsgeschäften u. a.

der Spareinlagen ist die Sicherung der Barzahlung, sowohl des Betriebs im Einkauf, wie des Einzelmitglieds in der Güterentnahme.[1] 2. Darüber hinaus haben die Spareinlagen die Aufgabe, die Begleichungssummen (s. unten) der eigenen Mittel tunlichst zu ersetzen, um diese der Akkumulation zur Verfügung zu stellen. Das geht aus der unten folgenden Einteilung hervor. Es sei nur ergänzend bemerkt, daß Heinrich Kaufmann in normalen Zeiten die Erfahrungen bezüglich der Verwendung von Spareinlagen im Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 1905 zusammengefaßt hat. Neben den liquide zu haltenden 50 Prozent der Spareinlagekonten kann der Betrag der im Betrieb investierten Spareinlagen in einem stets bar zahlenden Verein mindestens 8 Prozent des Jahresumsatzes betragen, bei dreimonatlichem Ziel dagegen zirka 12 Prozent.

Die assoziative Sparleistung i. e. S. setzt sich folgendermaßen zusammen:

1. Die Begleichung

(assoziative Sparleistung niederer Ordnung)

Die Begleichung sucht das Prinzip der autonomen Güterbeschaffung zu wahren. Dazu dienen:

a) Die Verhütung von Entwertungen: Reserven zur Verhütung unvorhergesehener Verluste (z. B. infolge der Preisschwankungen) einschließlich etwaiger Selbstversicherungsrücklagen, z. B. gegen Einbruchsdiebstahl; Abschreibungen an Güterbeständen, an Einrichtungen und an Grundstücken, zu Reparatur- und Erneuerungszwecken, bedingt durch Abnutzungen, Fortschritte der Technik, sowie durch die Entwicklung der eigenen Güterverteilung. Ferner sind u. a. zu nennen: Verhütungen einer Notlage von Hinterbliebenen verstorbener Angestellten, sowie von Angestellten, die in den Ruhestand traten (Personalunterstützungsfonds) und von Mitgliedern (Warenvorschußfonds, kostenlose Verabreichung von Brot an arbeitslose Mitglieder, Weihnachtsgratifikationen an bedürftige Mitgliederfamilien u. a., ferner Sterbeunterstützung und etwaige Dispositionsfonds für Unterstützungs- und Bildungszwecke).

b) Das Ersatzvermögen: Reserven zur Wahrung der autonomen Güterbeschaffung, also zur Deckung des relativen und absoluten Anteilrestes. Dieser Fonds spielt eine bedeutende Rolle in Konsumvereinen mit sprunghaft steigenden Mitgliederziffern und überwiegend proletarischen Bevölkerungsmassen. Als Kompensation der relativen Anteilreste ist das Ersatzvermögen ferner eine Hilfeleistung der besser umsetzenden Mitglieder an die schlechteren: Zum Zweck höheren Umsatzes der letzteren sichert es die Deckung und eventuelle Vermehrung des Güterbestandes.

Die Begleichungen[2] sind entweder von vorneherein normiert durch Satzung bezw. Generalversammlungs- oder Verwaltungsbeschluß; sie müssen auf

---

[1] Historisches hierüber u. a. in Cassau, „Die Konsumvereinsbewegung in Deutschland". S. 64 ff.

[2] Allgemeinstes Kriterium einer statistisch erfaßten Begleichung ist die annähernde Gleichheit des Umsatzes pro Mitglied und der Nominalhöhe des erforderlichen Ausgleichsumsatzes pro Mitglied. (Über letzteren Begriff s. unten S. 13.)

50 Prozent der Gesamtbetriebsmittel gebracht werden und betragen jährlich ½ bis 1 Prozent des Umsatzes, bezw. 5 bis nahezu 40 Prozent des Reinertrags; in Vereinen mit besonders starker Reservenpolitik sind sie zum Teil auch auf beide Ausgangspunkte bezogen, — oder die Begleichungen sind nicht fest normiert; dann ergeben sie sich aus bescheidenen Dispositionen im Reinertragsverwendungsplan.

Eine sozialethisch wertende Scheidung zwischen Geschäftsanteilen einerseits und allen Reserven schlechthin andererseits geht an den ökonomischen Zusammenhängen vorbei. Geschäftsanteile und begleichende Reserven erfüllen dieselben Aufgaben und gehören daher vollständig zusammen. Ohne den konsequenten Ausbau des Genossenschaftsbegriffs selbst werden die Ergebnisse immer unzureichend sein. Genossenschaftlichkeit ist der Zustand voller Begleichung durch Geschäftsanteile und Reserven. Den jeweiligen Stand einer noch nicht vollkommenen Begleichung nenne ich den Grad der Genossenschaftlichkeit.

2. Die Akkumulation

(assoziative Sparleistung höherer Ordnung)

Genossenschaftliche Akkumulation ist die Erhöhung von Betriebsmitteln aus Überschußteilen über die Begleichung hinaus. Diese akkumulierten Betriebsmittel übersteigen den laufenden Stand der Güterverteilung und den dadurch bedingten quantitativen wie qualitativen Stand der Einrichtungen und Grundstücke. Solche Überschußteile können als heterogene Sparwerte bezeichnet werden. Diese bestehen teilweise als stille Reserven; sie umfassen:

a) Verwendung von Überschußteilen im laufenden bzw. kommenden Geschäftsjahr zum Zweck der Errichtung neuer Betriebszweige, z. B. einer Aufnahme der Verteilung von Textil-, Schuh- und Haushaltungsartikeln, namentlich aber zur Errichtung von Betrieben der Eigenproduktion.[1]

b) Bereitstellung von Überschußteilen für zukünftige größere Verwendungen, z. B. für den Bau eines neuen Hauptlagers, sowie für alle für die Zukunft geplanten Erweiterungen, einschließlich Betrieben der Eigenproduktion.

Die Akkumulation setzt begrifflich volle Genossenschaftlichkeit voraus. Bevor die Begleichungsgrenze nicht erreicht ist, sollte jede Erweiterungsreserve als Ersatzvermögen gelten. Werden ohne Rücksicht darauf Erweiterungen der unter a und b bezeichneten Art vorgenommen, so hat dies u. a. eine entsprechende Steigerung nichteigener Betriebsmittel zur Folge. Das Genossenschaftsprinzip wird dadurch verletzt.[2]

Die assoziative Sparleistung vervollständigt den äußeren Schein, welcher der Güterentnahme in der Verteilungsstelle anhaftet. Dieser verschleiert

---

[1] Unter dieses Kriterium fällt auch die Umwandlung technischer Nebenbetriebe in Betriebe der Eigenproduktion (z. B. Tischlerei — Möbelfabrik).

[2] „Neue Betriebszweige sollen nur dann aufgenommen werden, wenn das dazu erforderliche Betriebskapital aus den eigenen Mitteln der Genossenschaft gedeckt werden kann." (Aus den oben erwähnten Richtlinien des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, November 1903.)

das Ganze des selbständigen Konsumkörpers und zerlegt es in eine zusammenhangloſe Vielheit einzelner privatrechtlicher Beziehungen. Überschußteile werden teilweiſe nicht rückerſtattet; dadurch erſcheint der Betrieb dem Einzelmitglied ganz ferngerückt — obwohl er nach wie vor vom Geſamtwillen der Mitglieder abhängig iſt. In der aſſoziativen Sparleiſtung heben ſich die beiden Hauptprinzipien weit ſchärfer heraus als in der täglichen Beſchaffung und Entnahme der Güter. Namentlich die Akkumulation iſt der Konſumgenoſſenſchaftsgedanke in höchſter Abſtraktheit. In der Größe dieſer Leiſtung offenbart ſich die Expanſionskraft des Konſumvereins.

II. Die distributive Sparleiſtung

1. Die Beſchaffungsreſerve

a) Weſen

Der Abgabepreis enthält über die begleichenden und akkumulierenden Sparleiſtungen hinaus noch weitere Zuſchläge. Dieſe ſind jedoch anderer Art. Am Schluß des Geſchäftsjahres gelangen ſie wieder in den individuellen Beſitz der Mitglieder; ſie werden verteilt.

Würden die (von den Mitgliedern rückfließenden) Geldwerte nur die Einkaufswerte der Güter erſetzen und die Betriebsunkoſten und aſſoziativen Sparleiſtungen decken, ſo würde das dem Weſen der Konſumgenoſſenſchaft widerſprechen. Es wäre eine Selbſtbeſchränkung der Konſumgenoſſenſchaft auf den augenblicklichen Konſumtionsſtand. Der letztere iſt jedoch variabel und zwar meiſt in poſitivem Sinn: der Umſatz pro Mitglied nimmt in der Regel zu; auch die Mitgliederziffern ſteigen im allgemeinen. Dieſer Zukunftsfaktor iſt in der Einkaufspolitik mitbeſtimmend; die weiteren Zuſchläge in der Kalkulation verſuchen ihm gerecht zu werden. Eine ſolche Mehrleiſtung des Mitglieds fördert die Wahrung größtmöglichſter Vorteile des Großeinkaufs und enthält zugleich ein Zukunftselement der Genoſſenſchaft; ſie bedeutet alſo Güterbeſchaffung und Reſerve zugleich. Als Beſchaffungsreſerve (Mehrleiſtung) iſt ferner keine Leiſtung des Mitglieds im Sinne eines gewöhnlichen privatrechtlichen Kreditvertrages mit der Betriebsleitung. Sie iſt vielmehr eine dem Einzelmitglied durch die Satzung auferlegte Pflicht; es iſt Aufgabe der Genoſſenſchaft, aus dieſer Reſerve für das Mitglied zu ſparen. Gleichzeitig iſt jedoch die Leiſtung der Beſchaffungsreſerve durch das Mitglied dem Prinzip des maximalen Verbrauchs unterworfen. Dieſes erheiſcht die tunlichſte Rückgewährung ſolcher Leiſtungen und begründet deshalb das diſtributive Weſen der Beſchaffungsreſerve und damit zugleich die Stärkung des Sparſinns.

Der feſte Teil der Mehrleiſtung muß in der Satzung beſtimmt ſein. Er ſei, der Praxis entſprechend, als Sparrabatt bezeichnet.[1] Der veränderliche Teil der Mehrleiſtung wird nicht völlig rückvergütet; aus ihm werden

[1] Er erſcheint in der Bilanz unter Laufende Verpflichtungen.

nach der Vorwegnahme von Beiträgen für assoziative Sparleistungen auch sonstige Aufwendungen, namentlich für wohltätige Zwecke, bestritten. Letzteres ergibt sich jeweils aus dem Reinertragsverwendungsplan; dieser wird am Schluß des Geschäftsjahres nach erfolgtem Abschluß der Betriebskonten aufgestellt und untersteht der Genehmigung durch die Vertreterversammlung bzw. Generalversammlung. Die veränderlichen Mehrleistungen nenne ich Rückvergütung. Die gesamte rückgewährte Mehrleistung (Sparrabatt und Rückvergütung) ist die Gesamtrückvergütung.[1])

Die Sicherung der Begleichung ist Primat. Dementsprechend muß vor der Gewährung der Gesamtrückvergütung zuerst das Geschäftsanteilkonto des betreffenden Mitglieds bis zur satzungsgemäßen Höhe aufgefüllt werden. Von der Gesamtrückvergütung ist also stets ein betreffender Betrag abzusetzen; dieser ist — unserer Einteilung entsprechend — als Begleichungsbeitrag zu bezeichnen. Die Differenz zwischen Gesamtrückvergütung und Begleichungsbeitrag tritt in zwei Formen auf: Einzelreserve und Barvergütung (s. S. 30 ff). Der **Ausgleichsumsatz** erwirkt die vollständige Begleichung der Anteilpflichten. Unter der Ausgleichsgrenze sich bewegende Umsätze sind Minusumsätze. Ihre unbedingte Erhöhung über die Ausgleichsgrenze hinaus ist eine wichtige Aufgabe der Genossenschaftspolitik. Große Aufgaben hat sich in dieser Hinsicht die „Konsumgenossenschaft für Berlin und Umg., e. G. m. b. H." gestellt. Der Geschäftsanteil dieser Genossenschaft beträgt 60 Reichsmark. Bei einer Rückvergütung von 2 Prozent ist ein Jahresumsatz von 3000 Reichsmark pro Mitglied erforderlich, um die Begleichung voll zu leisten. An der Länge der Jahre, die das Durchschnittsmitglied zur Begleichung brauchen wird, kann die Entwicklung und zugleich die ausschlaggebende Bedeutung einer Hebung des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied dargestellt werden. Bis heute gewährt diesen Überblick indessen nur folgende Umsatzskala der Mitglieder.

Rückvergütungmarken haben in der Konsumgenossenschaft Berlin abgeliefert:

Markenbeträge	im Geschäftsjahr 1923/24	1924/25	Markenbeträge	im Geschäftsjahr 1923/24	1924/25
bis 100	36 397	9 708	Übertrag	76 269	70 884
101 — 200	27 389	16 687	1101 – 1200	—	190
201 — 300	8 524	16 474	1201 – 1300	—	143
301 — 400	2 660	11 041	1301 – 1400	—	117
401 — 500	732	7 034	1401 – 1500	—	75
501 — 600	295	4 290	1501 – 1600	—	45
601 — 700	157	2 469	1601 – 1700	—	31
701 — 800	67	1 447	1701 – 1800	—	22
801 — 900	26	881	1801 – 1900	—	17
901 – 1000	10	501	1901 – 2000	—	17
1001 – 1100	12	352	über 2000	—	42
Übertrag	76 269	70 884	Insgesamt	76 269	71 583
			In Prozent der Gesamtmitgliedschaft	46,85 %	46,47 %

[1]) Handelt es sich um ihre Charakterisierung als Institution schlechthin, es wird auch hier einfach die Bezeichnung „Rückvergütung" gebraucht.

Die Anteilskala stellte sich wie folgt. Es hatten Geschäftsguthaben:

Guthaben	Mitglieder im Geschäftsjahr am 30. 6. 1924	am 30. 6. 1925
kein Guthaben	41 330	29 932
von Mark		
1,01 — 5,00	79 184	74 462
5,01 — 10,00	41 378	37 527
10,01 — 15,00	439	9 080
15,01 — 20,00	154	1 406
20,01 — 25,00	57	428
25,01 — 30,00	57	205
30,01 — 35,00	30	192
35,01 — 40,00	40	109
40,01 — 45,00	11	104
45,01 — 50,00	11	68
50.01 — 55,00	11	52
55,01 — 50,99	23	73
60,00	43	394

Die Gesamtrückvergütung pro Mitglied ist eine individuelle Größe. Sie richtet sich gemäß dem Wesen der Beschaffungsreserve nach dem Grad der Mehrleistung, also nach der Höhe des individuellen Umsatzes. Trotzdem sind diese Spargüter zugleich Einkaufsreserve für die Güterverteilung. Die Vorsorge für die Zukunft verwirklicht sich hier in klarster genossenschaftlicher Art. Die assoziativen Sparleistungen wirken erst mittelbar distributiv; die distributive Sparleistung dagegen schon unmittelbare Vereinigung des Assoziativen mit dem Distributiven in der Genossenschaft. — Das distributive Wesen der Mehrleistungen wird von einem ansehnlichen Teil der Genossenschaftssozialisten bekämpft. Eine Einheitlichkeit im konkreten Zweck ist jedoch in diesen Richtungen nicht vorhanden. Teilweise wird nur die Ausschüttung, d. h. die Barvergütung, der Mehrleistungen beanstandet (mit an sich zutreffenden Argumenten); teilweise wird aber auch die Rückvergütung an sich verurteilt. Die außerordentliche Steigerung der eigenen Mittel wird in solchen Gedankengängen gefordert.[1] Sicherlich ein begrüßenswertes Ziel. Die distributive Natur der Beschaffungsreserve ist jedoch zu sehr im Wesen der Konsumgenossenschaft begründet. Nicht selten sind aus ungenügender begrifflicher Klärung des Aufbaues der Mitgliederleistung auch widerspruchsvolle theoretische Formulierungen entstanden. Einerseits wird die Stärkung des Reservenkapitals durch Schmälerung der Rückvergütung verlangt — durchaus im Einklang mit dem Rochdaler Programm des Verkaufes zu Tagespreisen — andererseits werden aber die „Erstellkosten“[2] schließlich doch als Norm der

[1] Hierunter fällt auch Oppenheimer's bekannter Begriff des „sozialreformatorischen Konsumvereins“ mit „kapitalisierter Rückvergütung“ (s. „Die Siedlungsgenossenschaft“, Leipzig 1896, S. 458 ff.) Daneben ist in der Nachkriegszeit eine kommunistische Richtung zeitweise hervorgetreten. Soweit hier klare Programme ersichtlich sind, handelt es sich um Forderungen nach extremen Preisherabsetzungen; dies ist aus den obigen Gründen nicht diskutabel.

[2] Hans Müller, „Von der liberalen zur sozialen Genossenschaftstheorie“, Jena 1924, S. 32. Hans Müller nennt bezüglich der Konsumgenossenschaft die Erhöhung der Preise über die „Erstellkosten“ hinaus eine aus „technischen Gründen“ erfolgende Maßnahme. Siehe auch „Konsumgenossenschaftliche Entgleisungen“, Zürich 1915, S. 346. — Wie „liberal“.

Abgabepreise der Konsumgenossenschaft angesehen. Demgegenüber mußte hier das positiv Genossenschaftliche gezeigt werden.

b) Die Einzelreserve

Die Beschaffungsreserve erwirkt die Ersparung einer Rücklage des Einzelmitglieds. Trotz der unterschiedlichen Kaufkraft der verschiedenen Mitgliederschichten ist allen Mitgliedern der Sparzweck gemeinsam. Die Einzelreserve (auch „Privatreservefonds") [1] ist die höchste Form der Verwendung des (dem Mitglied rückgeleisteten) Spargutes. Die Rückvergütung wird zu diesem Zweck nicht ausbezahlt, sondern dem Mietglied auf Sparkonto gutgeschrieben. Damit wird der genossenschaftliche Gehalt der Leistung von Beschaffungsreserven vollendet. Die nicht ausbezahlten Spargüter verbleiben als Sparkonten zunächst unter den Betriebsmitteln; sie dienen aber zugleich dem Einzelmitglied als Sicherung gegen Zeiten schwächerer Kaufkraft, sowie als Deckung außerordentlicher Ausgaben. Die Konsumgenossenschaft kann deshalb mit Recht in Anspruch nehmen, aus ihrem Wesen heraus dem Sparsinn des Volkes die vollendetsten Bewußtseinsmöglichkeiten zu geben. Das Mitglied betrachtet auch seine gewöhnlichen Spareinlagen nicht nur als individuellen Schutz, sondern als Träger konsumgenossenschaftlichen Betriebserfolges, der sich wieder unmittelbar für ihn auswirkt. Umgekehrt sorgt die Konsumgenossenschaft durch das Prinzip des maximalen Verbrauchs, dem Mitglied auch in der Zukunft die Möglichkeit der Güterentnahme zu sichern; d. h. sie sichert die Barzahlung in Krisenzeiten. Die Barzahlung ist, als Detailleistung der Beschaffungswerte, ein unerläßlicher Bestandteil des Genossenschaftsprinzips selbst. Ihre Sicherung bedeutet deshalb Sicherung des Genossenschaftsbetriebs (namentlich vor Lieferantenkreditoren, sofern diese nicht durch andere außergewöhnliche Umstände bedingt sind) und zugleich Sicherung des größtmöglichsten Verbrauchs des Einzelmitglieds. Diese Fürsorge wird allerdings nicht nur durch die Einzelreserve geleistet; sie muß durch andere Mittel ergänzt werden, vor allem durch die Förderung der Sparkasseneinlagen, sowie sonstiger Spareinrichtungen, ferner, wenn die Not einzieht, durch unmittelbar distributive Maßnahmen. In dieser Hinsicht ist insbesondere die Abschlags- (oder Vorschuß-) Rückvergütung zu nennen; dieser Begriff umfaßt die sofortige Ausbezahlung der Rückvergütung auf die während des Geschäftsjahrs bereits entnommenen Güter. Ferner kommt das Anteildarlehen in Betracht: ein Darlehen auf das bestehende Geschäftsanteilkonto, außerdem das freie Darlehen und das Geschenk. Heinrich Kaufmann hat im Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, 1905, außer den Auszahlungen der Einzelreserven für solche Zeiten die allgemeine Einführung eines Wochenschecks empfohlen: dieser ist bei dem Lagerhalter deponiert; sein Nennwert reicht zur Güterentnahme für eine Woche aus. Diese Sicherung des künftigen Mindestverbrauchs ist auch das stärkste konsum-

[1] Heinrich Kaufmann hat u. a. in seiner (aus Vorträgen entstandenen) Werbebroschüre „Schafft eigenes Genossenschaftskapital!" (1916) die allgemeine Einführung des „Privatreservefonds" als Sparzustand der Zukunft empfohlen.

genossenschaftliche Motiv zur positiven Überwindung der Borgwirtschaft. Jede Privatunternehmung, die sich gegen den Borg erklärt, will damit doch nur ihr eigenes Gewinninteresse sichern, ohne Rücksicht darauf, was mit dem Kunden selbst geschieht. „Nicht die Beseitigung des Borgs, sondern allein die Sicherung vor seinen Gefahren" bezweckt der Privatbetrieb, während die Konsumgenossenschaft „zu einer Versicherungsanstalt gegen die Zahlungsunfähigkeit" wird und damit „das Borgwesen an seiner Wurzel anpackt".[1]

Der Konsum-, Bau- und Sparverein „Produktion" Hamburg besitzt seit der Gründung einen „Notfonds"; dieser beträgt 100 Reichsmark pro Mitglied. Bevor diese Summe aus dem Rückvergütungskonto des betreffenden Mitglieds nicht aufgefüllt ist, wird nichts ausbezahlt.[2] Der „Notfonds" hat außerdem zu einer besonders starken Zunahme der Spareinlagen beigetragen. Diese Maßnahme ist jedoch lokal bedingt und hat sich in Deutschland nirgends in demselben Maße eingebürgert. Trotzdem ist die Einzelreserve das richtige Ziel; ihm muß die Gesamtbewegung näherkommen. Besonders 1913 setzte sich die Leitung des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine mit Nachdruck dafür ein. Mit dem Fortschreiten des finanziellen Wiederaufbaus der Konsumgenossenschaften in den nächsten Jahren müssen auch solche Pläne erörtert werden. Es lassen sich immerhin heute schon in Deutschland starke Ansätze einer grundlegenden Rückvergütungsreform übersehen.

Sehr beachtet wurde in der Bewegung das Sparkartensystem des Konsumvereins Oldenburg, 1925. Es beruht vollständig auf dem Grundsatz der genossenschaftlichen Freiwilligkeit. Das Mitglied erhält eine Sparkarte in Höhe der ihm zustehenden Rückvergütung. Auf der Rückseite, die auch das Guthaben ausweist, wird vermerkt, daß der Betrag jederzeit in der Verteilungsstelle gegen Rückgabe der Karte abgehoben werden kann. Es wird jedoch gleichzeitig empfohlen, den Betrag (wie auch die künftigen Rückvergütungen) solange wie möglich aufzusparen. Macht das Mitglied von seinem Abhebungsrecht keinen Gebrauch, so gilt der Sparkassenbetrag als täglich kündbare Einlage, mit entsprechender Verzinsung. Wird jedoch in diesem Fall die Rückvergütung innerhalb des folgenden ersten Geschäftshalbjahrs abgehoben (die Sparkarte ist in diesem Fall bloße Legitimation), so erfolgt keine Verzinsung. Dagegen werden Einlagen, die per Abschlußtag des folgenden Geschäftsjahres noch bestehen, rückwirkend für das ganze Geschäftsjahr verzinst. Die Werbekraft, die hierin zweifellos liegt, wird (gemäß dem Werbebild der Fortbildungskommission des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine) dem Kinde gewidmet.

Dieses System ist dem obligatorischen (ebenfalls verzinslichen) Notfonds der Hamburger „Produktion" vorzuziehen, genauer: es ist eine Vorstufe zu diesem. Die Einzelreserve muß nicht nur in ihrem Zusammenhang mit der Kapitalbeschaffung, sondern noch mehr in ihrer Wirkung auf den Umsatz betrachtet werden. In dieser Hinsicht sind die Verhältnisse für die Ein-

[1] Diese zitierten Formulierungen finden sich in Reinhold Riehn, a. a. O., S. 73.

[2] Auch diese Einrichtung ist nicht gleichbedeutend mit Oppenheimer's Begriff „kapitalisierte Rückvergütung".

führung des Hamburger Notfonds noch gar nicht reif. Der obligatorische Notfonds setzt reines und sehr erstarktes genossenschaftliches Verbraucherbewußtsein voraus, wie es in Hamburg durch eine vorbildliche Arbeiterbewegung gegeben ist. Er führt auch — im Zusammenhang mit der (vom konsumgenossenschaftlichen Standpunkt) als selbstverständlich betrachteten Auszahlung von Notfondssummen nur nach besonderer (allerdings bereitwilliger) Genehmigung durch den Vorstand — zwar zu einer starken Erhöhung der Güterentnahme durch die über die Begleichungsgrenze umsetzenden Familien; er senkt jedoch relativ zu anderen Vereinen die Minusumsätze, die auf die Dauer doch nur von mangelnder Treue herrühren: Er führt diese Umsätze nicht intensiv genug an die Begleichungsgrenze heran und hält auch dadurch den Prozentsatz der Nichtkäufer sehr hoch. Demgegenüber vermag ein fakultatives Sparsystem die Einzelreserve (ebenfalls immer wirksamer) zu befestigen,[1] zugleich aber den ideell und umsatzmäßig zurückgebliebenen Teil der Mitglieder im Sinn positiver Entwicklung zu erfassen. Die fakultative Einzelreserve muß also durch innere Ursachen (Wechselwirkung: höhere Mitgliederguthaben — höhere Kaufkraft — höherer Umsatz — stärkerer lokaler Preisdruck des Konsumvereins usw.) effektiv zu derselben Höhe gebracht werden, zu der die „Produktion" obligatorisch hinaufkam.

Durch die Einzelreserve vereint die organisierte Verbraucherschaft am sinnfälligsten, was die privatkapitalistische Verteilung in Handelsunternehmen und Käufer getrennt hat. Unter den Schwierigkeiten der Einzelreserve sei neben den ideellen Voraussetzungen lediglich des Zusammenhangs halber auf die betriebswirtschaftlichen Fragen hingewiesen. In dem Oldenburger Beispiel muß neben der Sparkarte, die das Mitglied erhält, ein Duplikat als Kontokorrent geführt werden. Für die ganze Mitgliedschaft ergibt dies unter Umständen die Einrichtung einer neuen Sparkartothek neben den „regulären" Spareinlagekonten. Dieses Nebeneinander muß — abgesehen von der noch im Werden begriffenen betriebstechnisch rationellsten Gestaltung der konsumgenossenschaftlichen Sparkasse überhaupt[2] — mancherlei Bedenken auslösen. Mindestforderung ist jedenfalls die sofortige Umwandlung von Sparkartenguthaben in offizielle Spareinlagen, sobald es sich um Kündigungsfristen handelt. Darauf arbeitet auch der Oldenburger Konsumverein hin.

c) Die Barvergütung

Barvergütung ist jährliche Ausbezahlung der Gesamtrückvergütung, abzüglich des Begleichungsbeitrags. Dies ist durchaus nicht genossenschaftswidrig. Zwar ist die Aufsparung der Rückvergütung auch für die Mitglieder weit wirtschaftlicher als die Aufzehrung; die Aufsparung setzt jedoch erhöhte ökonomische Einsicht der Mitglieder und einigermaßen normale Kaufkraftverhältnisse voraus. Hat sich die Verschiebung größerer Ausgaben auf die „Auszahlung der Prozente" einmal eingebürgert, so ist es schwierig, diese

[1] In Oldenburg lassen bereits zirka 50 Prozent der kaufenden Mitglieder ihre Rückvergütungsguthaben als Einzelreserve „stehen".

[2] S. Robert Schweickert, „Die konsumgenossenschaftliche Sparkasse", Hamburg 1926.

Sitte zu mildern. Die Barvergütung ist also lediglich eine primitive Methode im Rahmen unseres Prinzips des maximalen Verbrauchs. Sie darf deshalb nicht als ungenossenschaftlich oder gar allgemein als Tummelplatz wesentlich gegensätzlicher Interessen von Genossenschaftsbetrieb und Einzelmitglied hingestellt werden. Auch die Genossenschaftssozialisten verfallen gelegentlich solchen Fehlern. In der Barvergütung fehlt dem Konsumgenossenschaftsgedanken nur die Intensität; er ist hier zu sehr beschränkt auf das Distributive, aufgefaßt als letzte Konsequenz der Beschaffungsreserve.

Für die Gegenwart läßt sich die Barzahlung der Gesamtrückvergütung nicht beseitigen, infolge der gesunkenen Kaufkraft der Mitglieder. Erst in der Gesundung der Einkommensverhältnisse kann der Barvergütung heutigen Umfangs wirksam zu Leibe gegangen werden. Immerhin zeigen die Erfolge in Hamburg, auch in Berlin und z. B. in Oldenburg, mit aller Deutlichkeit, welcher Erfolg heute schon möglich ist.

2. Aus der Verteilungspolitik

a) Entwicklungstendenzen

aa) Die rein genossenschaftliche Preispolitik

Die Bewegung der lokalen Detailhandelspreise wird nicht nur von der allgemeinen Marktlage des betreffenden Artikels bestimmt. Der bedeutendste unter den anderen Faktoren ist die Zahl und die Zusammensetzung der ansässigen Detailgeschäfte. Je größer diese Zahl, desto kleiner der auf ein Geschäft entfallende Umsatz, desto höher der Unkostenprozentsatz, desto stärker allgemein die Tendenz zur Preissteigerung. Im Zusammenhang mit der krankhaft starken Differenzierung vom Großhandel an bis zu den kümmerlichsten Krämerexistenzen besteht eine Tendenz zum Wachsen der Spannung zwischen den allgemeinen Marktpreisen und den Detailhandelspreisen. Diese Spannung hat zum Teil groteske Dimensionen angenommen. Zahlreiche Untersuchungen beweisen eine solche Tendenz; sie kann hier vorausgesetzt werden.

Die Bekämpfung der relativen — durch den überzähligen Kleinbetrieb verursachten — Steigerungen des Detailhandelsaufschlages könnte unter der allerdings vagen Bezeichnung „preisregulierende Tätigkeit" der Konsumgenossenschaften zusammengefaßt werden. Damit ist jedoch zur einwandfreien Klassifizierung der Preispolitik nichts gewonnen. Die Preispolitik muß vielmehr in ihrer kausalen Beziehung zu den beiden Hauptprinzipien erfaßt werden. Vom Standpunkt des Konsumgenossenschaftsgedankens muß eine solche „preisregulierende Tätigkeit" in die rein genossenschaftliche und in die konsumgenossenschaftliche Preispolitik eingeteilt werden.

Die rein genossenschaftliche Preispolitik verzichtet grundsätzlich auf den Versuch, durch planmäßige Senkung der Preise höhere Umsätze zu erzielen. Sie akkumuliert nicht in nennenswertem Maße, sondern beschränkt sich der Tendenz nach auf einen relativ höheren Nominalbetrag des Geschäftsanteils und auf das Erstreben niedrigster relativer Anteilreste. Die Beschränkung

der finanziellen Maßnahmen auf die Notwendigkeiten der Begleichung charakterisiert also die rein genossenschaftliche Preispolitik. Dieser entspricht die Umsatzdividende (s. § 4). Die Preisgestaltung ist in diesem Fall „ruhig", d. h. sie bewegt sich auf dem normalen Durchschnittsniveau. Gut geleitete Konsumgenossenschaften können eine solche Preisbildung ohne weiteres durchführen.

Es ist indessen unmöglich, ein generelles Kriterium der rein genossenschaftlichen Preispolitik zu bilden. Vor allem sind die statistischen Schwierigkeiten zu erwähnen. Es können nur die örtlichen Durchschnittsindexe nebst Minimal- und Maximalziffern der statistischen Ämter zur Beurteilung verwendet werden. Je differenzierter die lokalen Betriebsgrößen des privaten Detailhandels, desto schwieriger ist im einzelnen Fall die Beurteilung der tatsächlichen Preisgestaltung eines Großbetriebs von den örtlichen Preisverhältnissen aus. Preiserhöhende private Rabattgewährung, preiserhöhende Borgwirtschaft (infolge einkalkulierter Verlustposten), ferner die Konkurrenz unter den Detailhändlern selbst wirken verschieden mit. Umso schwieriger ist es aber, die den Preisen eines genossenschaftlichen Großbetriebs entsprechende Rückvergütung zu normieren; letzthin hängt hier alles von den Umsätzen und den dadurch bestimmten Unkostenprozentsätzen ab. Eine Konsumgenossenschaft mit starker Umsatzentwicklung konnte vor dem Krieg im Vergleich zu einer noch nicht lange bestehenden oder aus sonstigen Ursachen zurückgebliebenen Konsumgenossenschaft (bei annähernd gleichen Preisen) einen doppelten Rückvergütungsprozentsatz herauswirtschaften. Darüber hinaus vermag sich die Verschiedenheit der Preisdurchschnitte in Orten, vor allem in Gegenden (Beispiel: Berlin und Görlitz), von vorneherein in den Bruttoüberschüssen zu äußern. So konnte noch im ersten Dezennium unseres Jahrhunderts ein dreifach höherer Rückvergütungsprozentsatz noch gar nichts über die Preispolitik aussagen; bei 5 Prozent und 15 Prozent war sogar gleiche Struktur des Betriebskapitals möglich. Das hat sich in der Zwischenzeit nicht unerheblich geändert. Heute kann eine Rückvergütung von 8 Prozent im wesentlichen als ein Merkmal rein genossenschaftlicher Preispolitik erklärt werden. Darin drückt sich eine stärkere Angleichung der örtlichen Detailpreise aus, die schon vor dem Krieg einsetzte. Wie weit hierzu die durchschnittlich allmählich sinkenden Rückvergütungen der Konsumgenossenschaften beigetragen haben, läßt sich ebenfalls nicht generell feststellen. Sicher sind sie allgemein nicht von unbedeutendem Einfluß gewesen.

Nach der Einführung der Rentenmarkwährung ist in einigen Revisionsverbänden — stark gefördert durch die Kapitalverknappung — die konsumgenossenschaftliche Preispolitik (s. S. 21) scharf betont worden. Darüber hinaus ist der sächsische Verband zu bindenden Beschlüssen über die Höchstgrenze der Rückvergütung übergegangen. Der 58. Verbandstag des Verbandes sächsischer Konsumvereine in Annaberg (Erzgebirge) hat am 16. Mai ds. Js. eine vom Verbandsvorsitzenden Vollrath Klepzig zu seinem Referat „Preisabbau und Konsumvereine" eingebrachte Resolution angenommen, deren Punkt d folgendermaßen lautet:

(Die zur Durchführung weiterer Preisabbaumaßnahmen notwendige Steigerung der konsumgenossenschaftlichen Leistungsfähigkeit wird erzielt, wenn die Konsumvereine:) . . . . . (d) die Begrenzung der den Mitgliedern am Jahresschluß zu gewährenden Rückvergütung, einschließlich des Sparrabatts, bis zum Höchstsatze von 5 Prozent mit allen Mitteln anstreben und verwirklichen. Der 58. Verbandstag . . . erkennt die Notwendigkeit der Befolgung dieser zeitgemäßen Richtlinien an und verpflichtet die Organe der Verbandsgenossenschaften, in der kommenden Zeit diesen Richtlinien entsprechend zu handeln.

Diese Tat des Verbandes sächsischer Konsumvereine zeigt, wie sehr die rein genossenschaftliche Preispolitik bereits von der gegenwärtigen Konsumgenossenschaftsbewegung überwunden wird. Dennoch besteht sie nach wie vor in den übrigen Revisionsverbänden in teilweise äußerst zäher Art.

Die konkreten Aufgaben der rein genossenschaftlichen Preispolitik hängen zum größten Teil von örtlichen Umständen ab. Die Zunahme der Detailhandelsunternehmen bringt, neben privaten Großunternehmen, vor allem zwei Typen hervor, den elastischen und den parasitären, mit zahlreichen Mischformen. Besitzer des elastischen Kleinunternehmens ist meist ein Fachmann, oft mit einigen Verkäuferinnen und Lehrlingen. Ein solcher Betrieb folgt einer rein genossenschaftlichen Preispolitik ohne weiteres; der parasitäre Betrieb dagegen nicht. Dieser hält sich meist durch Borgwirtschaft und ist oft nur Nebenerwerb.

Die rein genossenschaftliche Preispolitik ändert die Zahl der Privatbetriebe zunächst nicht. Sie garantiert nur eine stetige Zunahme der Mitgliederzahl des Konsumvereins: die Kaufkraft des (in den Umsätzen verwendeten) Mitgliedereinkommens wird um den Betrag der geleisteten Gesamtrückvergütung erhöht; außerdem besteht die Gewähr für vorzügliche und vollgewichtige Qualität der abgegebenen Güter. Die (durch die Barrückvergütung) freigesetzten Sparbeträge fließen teilweise wieder freiwillig den Betriebsmitteln der Genossenschaft zu in Form von Spareinlagen; so wirkt auch die Barvergütung in bescheidenem Umfang wieder assoziativ. Durch die rein genossenschaftliche Preispolitik kann sich ferner der Umsatz pro Mitglied in besonders stetiger Weise erhöhen, sofern nicht Wirtschaftskrisen rückgängig einwirken.

Die absolute Höhe des Umsatzes pro Mitglied ist (auch bei annähernd gleicher Preispolitik) von Konsumverein zu Konsumverein verschieden; sie richtet sich nach der Kaufkraft der Mitglieder. Diese ist in erster Linie durch die Zusammensetzung der Mitgliedschaft und durch die örtlichen Einkommensverhältnisse bestimmt. Die statistische Darstellung des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied ist demnach nicht immer zuverlässig. Namentlich nach der Inflation waren die nichtkaufenden Mitglieder (Papiersoldaten)[1] in vielen Vereinen überhaupt nicht oder nur zum Teil von der Berechnung

[1] „Papiersoldaten" werden in der Regel innerhalb zwei Jahren zu kaufenden Mitgliedern zu gewinnen versucht; bleibt die Wirkung aus, so erfolgt Ausschluß.

ausgeschlossen; eine große Anzahl von Vereinen veröffentlichte im übrigen neben dem Durchschnittsumsatz pro Mitglied (Umsatz im eigenen Geschäft dividiert durch die Gesamtmitgliederzahl) auch die Berechnung des Durchschnittsumsatzes pro kaufendes Mitglied. Ferner führen eine Reihe von Vereinen auch eine Skala über die Struktur des Umsatzes.

bb) Die konsumgenossenschaftliche Preispolitik

Konsumgenossenschaftliche Preispolitik ist Steigerung der Geschäftsanteile und der eigenen Mittel überhaupt über die Begleichungsgrenze hinaus (Akkumulation), zum Zweck einer dauernden Differenz zwischen den durchschnittlichen lokalen Detailpreisen und den eigenen Abgabepreisen. Sie unterscheidet sich von der rein genossenschaftlichen Preispolitik durch ihre volle Berücksichtigung unseres Prinzips des maximalen Verbrauchs; sie stellt also den entfalteten Konsumgenossenschaftsgedanken dar. Sie bedingt umfassende Akkumulation und eine starke Umsatzentwicklung. Diese Preispolitik ermöglicht noch eine Gesamtrückvergütung bis 5 Prozent. (S. S. 19.)

Der Uebergang zur konsumgenossenschaftlichen Preispolitik — stark örtlich bedingt, aber durch Verbandsbeschluß (siehe den oben mitgeteilten) durchaus möglich — birgt bedeutende Neuerungen. Zunächst scheint ihre Einführung dem Mitglied ökonomisch kaum Günstigeres zu bringen. Was die rein genossenschaftliche Preispolitik dem Mitglied an Rückvergütungen gab, scheint ihm die absolute Senkung teilweise zu nehmen, um es ihm in Gestalt verbilligter Abgabepreise täglich wieder zu geben. In der Tat sind die Leistungen der Preispolitik bis zu einem gewissen Grad umgekehrt proportional der Höhe der Gesamtrückvergütung. Das hat mit einem „Verhältnis des Genossenschaftsbetriebs zur Mitgliedschaft", mit dem immer gerne operiert wird, nichts zu tun. Es handelt sich um die Ueberwindung von alten Methoden; die ökonomische Ausnutzung des Einkommens der Mitglieder soll durch zweckmäßigere Organisationsmaßnahmen gesteigert werden.

Entscheidend ist für die konsumgenossenschaftliche Preispolitik die Wirkung der (durch sie bedingten) Umsatzerhöhungen (höherer Umsatz pro Mitglied und gesteigerter Zustrom neuer Mitglieder) auf die Höhe der Betriebsmittel und der Betriebsunkosten. Die Einführung der konsumgenossenschaftlichen Preispolitik erfordert sorgfältigste Kalkulation. Die ersten vorsichtigen Maßnahmen müssen die tatsächlichen Aussichten zur Umsatzsteigerung und zur Zunahme der Mitgliederzahl einigermaßen abschätzen lassen. Mit der Verkleinerung der Kalkulationsspanne erfolgt zunächst eine Abnahme der eingehenden Beschaffungsreserven und damit zunächst auch eine Verminderung der Auffüllung von Geschäftsanteilkonten. Eine gewisse Schwierigkeit bereitet auch der Grad der Genossenschaftlichkeit: konsumgenossenschaftliche Preispolitik setzt Akkumulation voraus.

Diese Schwierigkeiten können paralysiert werden, vor allem durch relatives Sinken des Güterbestandes infolge des höheren Umsatzes. Dies

erleichtert die Genossenschaftlichkeit und setzt entsprechende Teile der verfügbaren Betriebsmittel für Zwecke der assoziativen Sparleistungen und der konsumgenossenschaftlichen Preispolitik frei. Die konsumgenossenschaftliche Preispolitik stärkt ferner die Tendenz zur Erhöhung des Geschäftsanteils und zur Einführung der Einzelreserve. Außerdem ist sie die zuverlässigste Quelle von Spareinlagen. So bewirken die konsumgenossenschaftliche Preispolitik, die Erhöhung der Kaufkraft des Mitgliedereinkommens und die Steigerung des Umsatzes eine Kette von Wechselwirkungen. Die erwähnten natürlichen Hemmungsfaktoren, auf die örtlichen Verhältnisse gestützt, zwingen jedoch zu größter Vorsicht. Die Tendenz der Entwicklung wird dadurch langsam gesichert; ihre relativ engen Grenzen werden klar gesteckt. Die Entstehung und Stärkung der akkumulierten Betriebsmittel tritt mit dem Fortschreiten von rein genossenschaftlicher zur konsumgenossenschaftlichen Preispolitik in immer intensivere Wechselwirkung.

Die konsumgenossenschaftliche Preispolitik[1]) erreicht volkswirtschaftliche Wirkungen: die Zahl der privaten Detailunternehmen muß auf die Dauer zurückgehen.

In der konsumgenossenschaftlichen Preispolitik müssen auf die Dauer auch die Betriebsunkosten sinken. Die Senkung des gesamten Unkostensatzes wird allgemein erschwert durch die Tendenz nach Erweiterung des Umfangs der Güterversorgung, also insbesondere durch die Aufnahme neuer Betriebszweige. Hier zeigt sich besonders stark die Bedeutung entscheidender Umsatzsteigerungen für den Erfolg einer konsumgenossenschaftlichen Preispolitik. Die steigende Kapitalintensität (Verhältnis des gesamten Kapitalbedarfs zum Umsatz) muß in solchen Fällen ohne wesentlichen Einfluß auf die Bewegung der Unkostensätze sein.

Zur Beurteilung der konsumgenossenschaftlichen Preispolitik könnten unter Umständen auch die Unterschiede zwischen den Unkosten von Konsumvereinen mit ihren Verteilungsstellen und den Unkosten privater Warenhäuser und Spezialgeschäfte, bezw. privater Großunternehmen mit Zweigniederlassungen und Filialen festgestellt und verglichen werden. Der am meisten beachtete Versuch dieser Art ist Hirsch, der Filialbetrieb, Bonn 1919. Die Schwierigkeiten sind hier noch nicht unüberwindbar; es handelt sich immerhin um vergleichbare Unkostenelemente. Auf solcher Grundlage könnten — unter normalen Umständen — hinreichend genaue Schlüsse gezogen werden. Die Schwierigkeiten der kal-

---

[1]) **Eine laufende statistische Aufzeichnung der Preisvergleichungen mit den privaten Detailgeschäften am Ort erfolgt in den meisten Konsumvereinen. Jedoch ist eine einheitliche statistische Zusammenfassung von geringem Wert. Die in den Vergleichsobjekten maßgebenden Faktoren sind völlig verschieden; deshalb können sichere Schlüsse ohne genaue Kenntnis der einzelnen Verhältnisse nicht gezogen werden. Als Grenze konsumgenossenschaftlicher Preispolitik im Lebensmittelgeschäft kann im Vergleich zu leistungsfähigen Privatgeschäften für die Gegenwart eine Differenz der Nominalpreise von durchschnittlich 5 bis 6 Prozent bezeichnet werden. Im Textilgeschäft sind die Möglichkeiten bedeutend höher; die Grenze dürfte auf insgesamt zirka 10 Prozent beziffert werden.**

kulatorischen Methode[1]) beginnen jedoch bei Vergleichen von Groß- und Kleinunternehmen. (Dem Begriff Großbetrieb wird bezüglich des Detailhandels das Kriterium von J. Schär zugrunde gelegt.)[2]) Schon das elastische Kleinunternehmen ist mit einem Großunternehmen kalkulatorisch nicht mehr vergleichbar. Von einer rationellen buchmäßigen Erfassung sämtlicher Aufwand- und Leistungsvorgänge kann hier meist keine Rede mehr sein. Ferner: das Verhältnis der Betriebsunkosten zum tatsächlichen Umsatz müßte einwandfrei ermittelt werden können, ebenso die einkaufspolitische Position; die teils noch primitiven Kalkulationen begründen außerdem die Unselbständigkeit der Verkaufspreise. Kalkulatorische Vergleiche versagen jedoch völlig bei parasitären Kleinläden. Hier sind Unkosten teilweise überhaupt nicht mehr vorhanden. Die Ware wird beim 5-Pfund-Grossisten laufend gekauft; sie ist teilweise auch Konsumtionsgut der betreffenden Familie.

b) Beharrungstendenzen

aa) Minusumsätze[3])

Viele Mitglieder in den meisten Konsumvereinen füllen ihre Geschäftsanteilkonten lediglich mit der (laut Mustersatzung in diesem Fall nicht auszahlbaren) Gesamtrückvergütung auf. In einem Konsumverein mit einem Geschäftsanteil von 30 Reichsmark muß also ein solches Mitglied, bei 5 Prozent Rückvergütung, im ersten Jahr bereits den Ausgleichsumsatz von 600 Reichsmark übersteigen, wenn es überhaupt noch eine Rückvergütung erhalten will. Ein Mitglied braucht zur Auffüllung in Deutschland durchschnittlich zirka 3 Jahre. Diese durchschnittliche Zeitspanne ruft (neben anderen Faktoren wie Borgwirtschaft privater Kleinbetriebe) eine ziemlich indifferente Schicht von Gelegenheitskäufern hervor. Diese senken entsprechend den gesamten Durchschnittsumsatz pro Mitglied. Statistische Darstellungen über Durchschnittsumsätze pro Mitglied müssen auch aus diesem Grund mit Vorsicht benutzt werden. Als Gelegenheitsumsätze müssen mindestens alle Mitgliederumsätze bis 100 Reichsmark bezeichnet werden. Je sprunghafter und ungleichmäßiger außerdem die Mitgliederbewegung, desto verschiedener das Ergebnis einer Durchschnittsstatistik. (Weitere Hauptgründe für Gelegenheitsumsätze s. § 6.)

bb) Mangelnde Fundierung der Preispolitik

1. Eine solche besteht in Fällen zu hoher Preise des Konsumvereins; hierüber in § 4.

2. Nicht selten sind die Fälle des Uebergangs zu konsumgenossenschaftlicher Preispolitik bei gleichzeitig mangelnder Erreichung der Genossenschaftlichkeit. Das ist besonders häufig in sozialpolitisch radikalen

---

[1]) S. Edgar Hentschel, „Groß- und Kleinbetrieb im Detailhandel unter besonderer Berücksichtigung der Konsumvereine," maschinenschriftliche Dissertation, Tübingen 1923.

[2]) S. „Allgemeine Handelsbetriebslehre", 1921, S. 247 ff.

[3]) Über den Begriff selbst s. S. 13.

Gründungszeiten zu finden. Hierdurch sinken Liquidität und Reinerträge, demgemäß — bei konstanter oder gar steigender Rückvergütung — die assoziativen Sparleistungen. Hier schlägt die Preispolitik in das Gegenteil (1) um, falls nicht Konkurs eintritt.

3. Die Beschränkung auf rein genossenschaftliche Preispolitik bedeutet einen Verzicht auf die Entwicklungsziele der Konsumgenossenschaftsbewegung und ist nicht geeignet, eine stärkere Umsatzentwicklung zu erreichen.

4. Eine Tendenz zur Gefährdung selbst der rein genossenschaftlichen Preispolitik wohnt der Borgwirtschaft in Konsumvereinen inne; hierüber in § 4. In Deutschland kann diese immerhin als gemildert bezeichnet werden.

§ 3. Die volkswirtschaftliche Stellung der Konsumgenossenschaften[1]

I. Die reine Gütervermittlung

1. Das Lieferantengeschäft

Das Lieferantengeschäft regelt den Detailwarenbezug der Mitglieder einer Konsumentenorganisation von Privathändlern unter ganzer oder teilweiser Umgehung eines gemeinschaftlichen Geschäftsbetriebs der Mitglieder.

a) Das Lieferantengeschäft im weiteren Sinn

Der Begriff des Lieferantengeschäfts i. w. S. entspricht dem Vertrag einer Konsumentenorganisation mit Detailhändlern zwecks Erzielung von Ersparnissen des Verbrauchers beim Wareneinkauf. Er erscheint in zwei Formen: 1. der Preisvertrag: die Kontrahenten vereinbaren eine Preisermäßigung; 2. der eigentliche Rabattvertrag: auf die Tagespreise des Kontrahenten (des Händlers) werden von einem der beteiligten Kontrahenten Rabatte gezahlt. Dies bringt in die Struktur der Volkswirtschaft keine Aenderung. Der Detailhandel führt in diesen Fällen nach wie vor die Verwandlung der Einkommensteile in Konsumtionsgüter durch. Lediglich seine Umsätze können sich vermehren. Das Lieferantengeschäft i. w. S. erstrebt die volle Harmonie von Detailhandel und Konsument auf der Grundlage des Privathandels. Die Kaufkraft des Einkommens der Mitglieder wird erhöht, andererseits wird der beteiligte Händler am Lieferantenvertrag interessiert: durch stärkeren Umschlag seines Warenlagers hofft er die vertraglich zu senkenden Preise, bezw. die (auf die Tagespreise zu gewährenden) Rabatte, nicht nur auszugleichen, sondern durch sie höhere Erträge zu erhalten. Dieses Lieferantengeschäft hat sich in solch reiner Gestalt nie einge-

[1] Neben unserer Methode ist noch die ökonomische Würdigung einer sozialpolitisch, volkswirtschaftlich und weltwirtschaftlich zu Ende gedachten konsumgenossenschaftlichen Wirtschaftsgesamtheit möglich; hierüber vor allem R. Wilbrandt, „Konsumgenossenschaften", Stuttgart 1922, S. 34 ff.

bürgert. Wesentlich war stets eine (in Süddeutschland besonders verbreitete) Ergänzung durch eigene Gütervermittlung der Konsumvereine („eigenes Geschäft"). In dieser Gestalt war es auch literarisch Gegenstand der Betrachtung.[1]) Es kann heute in Deutschland als im wesentlichen überwunden bezeichnet werden. Noch 1914 betrug in den dem Zentralverband deutscher Konsumvereine angeschlossenen Konsumgenossenschaften der Umsatz im Lieferantengeschäft durchschnittlich 19 Mk. pro Mitglied, 1924 schwach 0,11 Reichsmark und 1925 0,21 Reichsmark pro Mitglied. Eine einigermaßen nennenswerte Höhe hat er gegenwärtig nur noch im Mitteldeutschen Verband (1925: 1,17 Reichsmark pro Mitglied), sowie im Ostdeutschen Verband (1925: 0,76 Reichsmark pro Mitglied). Der Hauptgrund für das Absterben des Lieferantengeschäfts i. w. S. erscheint in der zunehmenden Verselbständigung der Preispolitik der Konsumvereine. Konsumvereine, die in der Erkenntnis ihrer volkswirtschaftlichen Aufgaben ihre Preise von Jahr zu Jahr planmäßig senkten und daneben sogar ihre Reserven erhöhen konnten — durch steigenden Durchschnittsumsatz pro Mitglied ermöglicht — verfolgten mit immer stärkerem Argwohn die Preise des Lieferantenhändlers anderer Branchen. Die Klagen über die Erhöhung der Tagespreise und über die Senkung der Qualität um den vereinbarten Rabattsatz durch die Lieferanten, sofern es sich um Konsumvereinskunden handelt, mehrten sich dabei immer mehr, neben den bitteren Feststellungen der Vereinsverwaltungen über mangelnde kaufmännische Sorgfalt der Händler im Rabattverkehr. Daneben glaubten sich die Mitglieder im Laden des Händlers gegenüber anderer Kundschaft vernachlässigt; dies deutet in wachsender Verschärfung schon die tieferen Ursachen der Entwicklung an; auch ohne Kriegswirtschaft, wenn auch langsamer, hätte sich der heutige Zustand herausgebildet. Das Lieferantengeschäft i. w. S. widerspricht dem Prinzip der autonomen Güterbeschaffung; es ist also äußerst primitiv;[2]) es wurde deshalb auch von der Leitung des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, wie von der Mehrzahl seiner Revisionsverbände, grundsätzlich abgelehnt. Cassau bemerkt in seinem Buch über das Konsumvereinswesen in Deutschland, Seite 42, das Lieferantengeschäft sei eine spezifisch süddeutsche Eigentümlichkeit. Das ist nicht völlig zutreffend. Insbesondere

[1]) Im Gegensatz zu der herrschenden Meinung der Praxis versuchte Hugo Kramer auf Grund württembergischer Verhältnisse, diese Beziehungsart zwischen Konsumvereinen und Detailhandel als Ziel einer künftigen Zusammenarbeit zu vertreten. (S. „Kleinhandel und Konsumvereine", Tübinger Dissertation, 1912.)

[2]) Es ist nicht ganz richtig, das Lieferantengeschäft (im obigen Sinn) nur als Vorstufe zum eigentlichen Konsumverein zu bezeichnen, wie Staudinger, „Die Konsumgenossenschaft" a. a. O., S. 73, da ja beides jahrzehntelang nebeneinander bestanden hat. Historisch formuliert wäre auch Kulemann's Einwand („Die Genossenschaftsbewegung", II. Teil, S. 121) gegen Staudinger's Definition des Lieferantengeschäfts (a. a. O., S. 73) richtig gewesen; Kulemann wendet sich jedoch nicht gegen die Auffassung der „Vorstufe", sondern gegen den Passus, „daß eine Anzahl von Konsumenten sich zusammentut" (als Kontrahent des Lieferungsvertrags), es sei nicht einzusehen, wodurch diese sich von einem Konsumverein unterscheiden sollen. Allgemein begrifflich hat hier jedoch Staudinger durchaus das Wesentliche erkannt.

im rheinisch-westfälischen Industriegebiet wiesen Vereine nicht selten über 40 Prozent ihres Gesamtumsatzes als „Umsatz im Lieferantengeschäft" (im obigen Sinn) aus. Bald, spätestens zwei Jahre nach den Gründungen um die Jahrhundertwende, kam es schon äußerlich zum Ausdruck: die Geschäftsberichte waren private Reklamegelegenheit in allzu ausgiebiger Weise: nur selten wurden mehr als zirka ein Dutzend Seiten dem eigentlichen Geschäftsbericht gewidmet, dagegen galt die 4- bis 10fache Seitenzahl der empfehlenden Uebersicht über die Privatwirtschaft, also über die künftig „bedrohten Existenzen" des Privathandels, allerdings die relativ leistungsfähigsten. Es seien folgende (keineswegs extreme) Fälle herausgegriffen, von denen das zweite Beispiel eine zwar kürzere, aber nicht weniger intensive Entwicklung aufweist.

Das folgende Beispiel zeigt im übrigen die entscheidende Bedeutung der Zeit des Bestehens einer Konsumgenossenschaft auch für die Beurteilung des Lieferantengeschäfts. In Stuttgart überschritt erst 1888, also 23 Jahre nach der Gründung der Genossenschaft, das Lieferantengeschäft seinen Höhepunkt, während in Köln dieser Punkt schon im 6. Jahr des Bestehens der Genossenschaft erreicht wurde. Das zeigt zugleich die Unmöglichkeit, bei Vergleichen in gleichen Zeitpunkten verläßliche Schlüsse zu ziehen. Es kommt auf das Maß an Veränderungen innerhalb eines (den beiderseitigen Gründungsjahren entsprechend gewählten) Zeitraumes an.

Spar- und Konsumverein Stuttgart, e. G. m. b. H.			Konsumgenossenschaft „Hoffnung" Köln, e. G. m. b. H.		
	Umsatz pro Mitglied			Umsatz pro Mitglied	
Jahr	im eigenen Geschäft Mk.	im Lieferantengeschäft Mk.	Jahr	im eigenen Geschäft Mk.	im Lieferantengeschäft Mk.
1888	305.—	242.71			
1889	306.—	228.68			
1890	300.—	220.69			
1891	284.—	218.88			
1892	278.—	185.51			
1893	246.—	142.42			
1894	246.—	109.74			
1895	255.—	83.63			
1896	259.—	83.60			
1897	251.—	68.29			
1898	260.—	60.85			
1899	246.—	56.51			
1900	248.—	53.20			
1901	263.—	50.36			
1902	253.—	44.—	1901/02	161.44	—
1903	255.—	33.82	1902/03	189.37	70 30
1904	262.—	30.—	1903/04	180.84	92.15
1905	278.—	27.34	1904/05	206 27	163.89
1906	291.—	27.10	1905/06	210.41	163.57
1907	303.—	28.65	1906/07	226.70	188.02
1908	288.—	20.—	1907/08	250.66	219.24
1909	301.—	14.20	1908/09	248 64	189.85
1910	300.—	12.76	1909/10	258.34	166.64
1911	301.—	11.13	1910/11	258.95	126.92
1912	289.—	13.54	1911/12	277.47	195.87
1913	299.—	14,53	1912/13	262.19	71.17
			1913/14	264.70	75.14

b) Das Lieferantengeschäft im engeren Sinn

Das Lieferantengeschäft i. e. S. unterscheidet sich vom obigen weiteren Begriff schon historisch. Es ist im wesentlichen nur eine der Kindheitserscheinungen der Konsumgenossenschaften. An die Stelle der in Staudingers abstrakter Fassung möglichen Konsumentenorganisation tritt die Konsumentengenossenschaft mit eigenem Geschäft. Weiteres Erfordernis des Begriffs ist die Lieferung von Waren durch den privaten Lieferanten nicht zum Hauptlager, sondern an die Verteilungsstelle. Im Unterschied zum Lieferantengeschäft i. w. S. übergeht das Lieferantengeschäft i. e. S. also nicht den Genossenschaftsbetrieb überhaupt, sondern nur das Hauptlager selbst. Dies tritt in folgenden Formen auf:

1. Die Ersetzung des eigenen Hauptlagerbetriebs durch feste Lieferungsverträge des Vorstandes mit Privatunternehmen.

a) Dies ist in Form der Verbindung mit Detailhändlern häufig in jungen, kleinen Vereinen, die noch ohne Hauptlager sind, anzutreffen. In ihrer allgemeinen Ausdehnung auf alle Kolonialwarenartikel verschwinden jedoch solche unwirtschaftlichen Methoden sehr bald; in ihnen fehlt auch das Mindestmaß an Dispositionsfreiheit im Kolonialwarengeschäft. Sie halten sich nur in wenigen Vereinen, falls dadurch — ausnahmsweise — Unkosten erspart werden. (Z. B. Petroleum.)

b) Die Verbindung mit privaten Kleinproduzenten als Lieferanten an die Verteilungsstellen, durch den Vorstand reguliert, hat sich im Fleisch- und Wurstwarengeschäft hartnäckig erhalten, weniger in den Backwarenartikeln und im Flaschenbier- und Mineralwassergeschäft. Diese Umsätze waren für die Mitglieder fast ohne Ausnahme rückvergütungsberechtigt, obwohl meist etwas niedrigere Sätze gezahlt wurden.

c) Besondere Fälle bieten größere Vereine im Lieferantengeschäft mit größeren Privatbetrieben und en gros-Unternehmen. Als Beispiel diene der „Konsumverein Vorwärts für Dresden und Umg., e. G. m. b. H.“. Nach der Gründung, 1888, war der Konsumverein Vorwärts gezwungen, die fehlende Backwareneigenproduktion durch Lieferungsverträge mit größeren Bäckereien und einer Mühle vorläufig zu ersetzen. Das Brot wurde direkt in die Verteilungsstellen geliefert, der Empfang wurde vom Lagerhalter quittiert; die Bezahlung erfolgte in der Regel monatlich. Die von den Lieferanten gewährten Rabatte stiegen mit dem Umsatz. Sie betrugen anfangs 3 bis 5 Prozent, stiegen aber auf 6 bis 8 Prozent und kamen wieder den Mitgliedern zugute.

Eine sehr interessante, vorübergehende Notmaßnahme ist das Brennstoff-Lieferantengeschäft desselben Konsumvereins mit einer als leistungsfähig bekannten Brennstoff-Großhandelsfirma in Dresden. Die Firma übernimmt die gesamte Brennstoffversorgung der Mitglieder. Sie verwendet zu diesem Zweck Brennstofflagerplätze (im Sommerhalbjahr 2, im Winterhalbjahr 5) unter der Bezeichnung „Konsum-Kohlen-Versorgung“ in verschiedenen Stadt-

teilen Dresdens, zur Selbstabholung durch die Mitglieder. Die Umsätze [1] erfolgen zu Tagespreisen, sind jedoch ebenfalls für die Mitglieder rückvergütungsberechtigt. Die Bestellung und Bezahlung der Brennstoffe erfolgt in den Verteilungsstellen der Genossenschaft. Ein Problem ist hier die Brennstoffversorgung der in den auswärtigen Verteilungsstellengebieten wohnenden Mitglieder dieses Konsumvereins. Hier muß, im Unterschied zum Stadtgebiet Dresden, die Verteilung der Brennstoffe durch die Verteilungsstellen selbst an Hand der ladungsweise erfolgenden Lieferungen durchgeführt werden.

2. Die Ersetzung des eigenen Hauptlagerbetriebs durch Einkaufstätigkeit des Lagerhalters.

a) Allgemeiner, grundsätzlicher Einkauf durch den Lagerhalter. In diesen Fällen hatte der Vorstand nur die allgemeine Leitung, die Buchhaltung und Kontrolle, während der Lagerhalter als „Fachmann" selbständig die einzelnen kaufmännischen Funktionen ausübte, Einkauf, Lager, Kalkulation, Verkauf, Kasse. All die bedenklichen Folgeerscheinungen solcher Anfänge zu überwinden, ermöglichte die Entwicklung. Je mehr sich das Hauptlager neben der Verteilungsstelle herausbildete, verlor der Lagerhalter seine entscheidende Machtstellung und sank zum bloßen ersten Verkäufer herab; seine Autorität ging völlig auf den Vorstand und Aufsichtsrat über, abgesehen von kleinen Rechten, wie das Zustimmungsrecht bei der Einstellung von Verkäuferinnen. Diese Entwicklung hat auch Cassau zutreffend hervorgehoben;[2] sie fehlt allerdings völlig in einer nicht unbeträchtlichen Anzahl von Vereinen, in denen ebenfalls von Anfang an Lagerhalter beschäftigt wurden. Auch ist diese dialektische Wandlung durchkreuzt worden durch sehr frühe Anfänge der neuesten Entwicklung; der Lagerhalter bekommt ganz neue, entscheidende Aufgaben; dadurch wird seine Bedeutung wieder erhöht: es sind seine persönlichen und ideellen Beziehungen zu den Mitgliedern. Diese haben allgemein von Anfang an die Entwicklung beeinflußt. Neben den ungünstigen Erscheinungen einer Stützung der Lagerhalterinteressen auf die Beliebtheit in Mitgliederkreisen ist die reine Wirkungsart des Lagerhalters im Sinn des Konsumgenossenschaftsgedankens überall dort am meisten betont worden, wo ihm die obigen Kompetenzen im wesentlichen fehlten.

b) Ergänzender Einkauf des Lagerhalters. Dies führt zugleich zu den Problemen des Bezirkskonsumvereins, soweit sie mit dem Lieferantengeschäft in Zusammenhang stehen. Es handelt sich um den Umfang der eigenen Güterversorgung bei zunehmender Entfernung der Verteilungsstelle vom Hauptlager, im Verhältnis zu den Speditionsmöglichkeiten eines rationellen Transportsystems. So gesehen ist der Bezirkskonsumverein zunächst ein reines Unkostenproblem: bei annähernd gegebenen Umsätzen und feststehenden Ertragsnotwendigkeiten wird, trotz denkbar zweckmäßigster Anlegung von

[1] Sie werden in der Statistik des Verbandes sächsischer Konsumvereine nicht als „Umsatz im Lieferantengeschäft" gebucht.

[2] S. „Das Konsumvereinswesen in Deutschland", S. 34 ff., sowie „Konsumgenossenschaften" in „Die deutsche Wirtschaft und ihre Führer", Bd. 8, S. 109 ff. — Auch in dieser Hinsicht bieten viele Vereinsarchive eine Fundgrube für Spezialuntersuchungen, worauf u. a. Cassau hinweist.

Zentral- und Zweiglägern, stets ein Optimum eintreten, das den Verteilungsradius beschränkt. Diese Anwendung von Gesetzen des „abnehmenden Ertrags" ist jedoch rein statisch: sie berücksichtigt nicht die Veränderungen des Umsatzes, sondern gilt immer nur für einen bestimmten Augenblick, also für die Betriebsleitung selbst. Eine Ertragsgrenze schlechthin gibt es jedoch in Wirklichkeit nicht. Jede Umsatzsteigerung in solchen Bezirken verschiebt jeweils die Ertragsverhältnisse; alle wesentlichen Fragen des Bezirkskonsumvereins schrumpfen deshalb für die konsumgenossenschaftliche Theorie in ein Umsatzproblem zusammen. Eigentliche Grenzen für eine Berücksichtigung der Zukunftsmöglichkeiten des Bezirkskonsumvereins ergeben sich nur bei Artikeln von naturgemäß ganz kurzer Lagerdauer, wie einigen Backwaren und frischen Landprodukten. In solchen Fällen kann auch das Lieferantengeschäft i. e. S. noch Lebensfähigkeit behalten. Hier ist es tatsächlich möglich, den Lagerhalter, in kleinen Posten disponieren zu lassen.

Außerdem hat sich, unabhängig vom Bezirkskonsumverein, auch der (unter Umständen berechtigte) Gelegenheitseinkauf von frischen Eiern, Gemüse, Käsespezialitäten u. a., sowie die (unberechtigte) Beschaffung der Tüten und des Packmaterials durch den Lagerhalter teilweise bis zur Gegenwart erhalten.

2. Die eigene Gütervermittlung

a) Die isolierte Konsumgenossenschaft

Das Wesen der isolierten Konsumgenossenschaft besteht in der Ersetzung des Detailhandels durch den distributiven Sparverein.

Der engere Umsatzbegriff kann auf sie, wie auf die Konsumgenossenschaft überhaupt, nicht ohne weiteres angewandt werden. Als solcher ist anzusehen: der Umsatz als „Menge oder Wert einer Güterbewegung innerhalb eines Zeitraums im Verkehr mit anderen Wirtschaftseinheiten".[1] Die Konsumgenossenschaft erfüllt dieses Kriterium nur in den Tauschbeziehungen zu privaten Unternehmungen (*äußerer* Tauschverkehr). Der Umsatz der Konsumgenossenschaft ist lediglich, wie gezeigt wurde, Entnahme aus dem Gesamteigentum; dieses wird im Auftrag und für Rechnung der Mitglieder geführt. Die gesamte Güterentnahme der Mitglieder bildet den *inneren* Tauschverkehr. Es geht zu weit, die Güterentnahme aus dem Tauschbegriff auszuscheiden. Sie ist formal Tausch, wie jeder andere Tausch. Insoweit kann auch den Seite 4 kurz wiedergegebenen Einwänden R. *Webers* erkenntniskritischer Wert nicht aberkannt werden.

Ferner müssen die Überschüsse (Reinerträge) der Konsumgenossenschaft Erübrigungen oder *Ersparnisse* genannt werden, im Unterschied zu den *Gewinnen* der privaten Erwerbswirtschaften. Voraussetzung des Gewinnbegriffs bezw. seiner Anwendbarkeit auf den Detailhandel ist die Verwendung der im Tauschverkehr mit anderen Wirtschaftseinheiten gewonnenen Erträge in der privaten Erwerbsunternehmung auf Kapital- oder Konsumtionsfonds-

[1] S. Friedrich *Leitner*, „Privatwirtschaftslehre der Unternehmung", 4. Aufl. 1922, S. 75.

konto. Dieses Merkmal erfüllt jedoch die isolierte Konsumgenossenschaft nicht. Sie ist grundsätzlich eine Sparwirtschaft [1] und zwar eine rein distributive: bei gegebenen Preisen erstrebt sie eine möglichst hohe Rückvergütung und leistet nur das äußerste Minimum an Abschreibungen und Reserven. Zu diesem Zweck wurde ja der ganze Betrieb errichtet und die Gesamtverwaltung eingesetzt; diese soll ein Höchstmaß distributiver Sparleistungen herauswirtschaften. Die Betriebsunkosten sind hier alleiniger Ausgangspunkt der Genossenschaftsprogramme: der „gerechte Preis" nach den Kosten, im inneren Tauschverkehr verwirklicht durch die Verteilung der effektiven Erträge, kurz: der Preis als reiner Unkostenersatz. Hier haben wir das **eigentliche** Wesen der sogenannten „liberalen Genossenschaftstheorie" vor uns, sofern dieses Schlagwort zu rechtfertigen ist. Die theoretische Literatur ist von diesen Vorstellungen auf das nachhaltigste beeinflußt worden. Die Fälle sind Legion. Verhältnismäßig unbekannt blieb die diesbezügliche Äußerung von Brentano. [2]

„Alles was der Preis der verkauften Waren über die Einkaufspreise (?) bzw. die Erzeugungskosten derselben abwirft, wird dem Käufer der Ware zurückerstattet. Man sieht: im Konsumverein ist das altchristliche Ideal der Gütervermittlung verwirklicht".

Juristisch gesehen, muß allerdings jede assoziative Sparleistung als ein Unkostenteil angesehen werden. Es ist insoweit durchaus richtig, wenn K. H. Maier, der Rechtsbeirat des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, schreibt: [3]

„Die Bezeichnung der . . . Beziehungen zwischen den Genossen und der Genossenschaft mit den Namen der individualrechtlichen Vertragstypen (Kauf, Miete, Darlehen usw.) ist rechtliche Fiktion. Es kauft z. B. der Genosse nicht beim Konsumverein, sondern dieser kauft für ihn; das Entgelt, das der Genosse zahlt, ist nur ein Unkostenersatz".

Ebenso: [4]

„Das Mittel, wodurch der Zweck, den Mitgliedern möglichst billige Waren zu verschaffen, erreicht wird, besteht darin, daß die Konsumgenossen-

---

[1] „Niemand kann an sich selbst etwas verdienen." formuliert die Praxis. Dieser grundsätzliche Unterschied wird durch äußerliche Ähnlichkeiten keineswegs berührt; es handelt sich dabei um die Rabattgewährung des Detailhandels, andererseits um die Erträge, welche die Konsumgenossenschaft aus privaten Erwerbswirtschaften bezieht: z. B. Bankzinsen, Erlöse aus Leergutverkäufen u. a. Die konsumgenossenschaftliche Sparwirtschaft wird ferner gelegentlich einem Begriff der „Haushaltung" eingeordnet. Darauf wird unten S. 94 zurückzukommen sein; hier nur die Bemerkung: es muß seltsam anmuten, wenn ein Genossenschaftssozialist von der Bedeutung Hans Müller's das Bedürfnis hat, das Wesen der Konsumgenossenschaft und damit auch des isolierten Konsumvereins das einemal mit dem „gemeinwirtschaftlichen Prinzip" zu indentifizieren, ein paar Zeilen später aber dem Begriff einer geschlossenen Konsumwirtschaft schlechthin (gleichzeitig mit der Einnahmen- und Ausgabentätigkeit des Staates und der Gemeinden) unterzuordnen. (S. „Von der liberalen zur sozialen Genossenschaftstheorie", S. 33.)

[2] S. Vorwort zu Reinhold Riehn, „Das Konsumvereinswesen in Deutschland", S. XV.

[3] S. Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, Hamburg 1925, Bd. 1, S. 90.

[4] S. Jahresbericht 1925 des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, Hamburg 1926, S. 44.

schaften die Bedarfsgüter zum Selbstkostenpreis abgeben". (K. H. Maier leitet dann hieraus die Rückvergütung ab.)

Juristisch ist das vollständig zutreffend, ökonomisch ist es unzureichend. Wird es zum ökonomischen Kriterium erhoben, so entsteht dadurch die Forderung: der (den Tagespreisen entsprechende) Aufschlag auf die Betriebs- und Verwaltungsunkosten muß tunlichst rückvergütet werden. Das ist das Fundament der Umsatzdividende, zu der wir in § 4 Stellung zu nehmen haben.

Aus der schon in der Owen'schen Konsumgemeinde verwendeten Idee des gerechten Preises der christlichen Ethik des Mittelalters — dogmengeschichtlich zu sehr bekannt, um die Formulierungen in der Genossenschaftsliteratur nennenswert beeinflussen zu können — sind auch die üblichen Erklärungsgründe für das Rochdaler Prinzip der Güterabgabe zu Tagespreisen verständlich. Es wird meist von den Konjunkturerscheinungen ausgegangen: ein zum „Selbstkostenpreis" verkaufender Konsumverein muß bei sinkenden Preisen mit Verlust arbeiten, wenn er seine Mitglieder nicht verlieren will. [1])

Im isolierten Konsumverein ist tatsächlich die Rückvergütung Selbstzweck (Umsatzdividende; hierüber siehe § 4). Dadurch entsteht die starke Tendenz, die Warenpreise hoch zu halten; damit wird die Aufgabe des Detailgroßbetriebs nicht erfüllt. Die volkswirtschaftliche Rechtfertigung der Konsumvereine kann sich neben der kaufkraftstärkenden Wirkung in diesem Fall lediglich auf die Übel des Borgwesens berufen. Rückvergütung und Borgwesen sind jedoch unter Umständen ganz adäquate Erscheinungen, wenn sie zu ähnlichen Nominalpreisen führen und dadurch die Überfüllung im Detailhandel fördern. Jedenfalls fehlt hier völlig die Möglichkeit nennenswerter Schwächung des Borgsystems, weil der Rückvergütung des isolierten Konsumvereins tatsächlich die feste Norm des Großbetriebs fehlt. Darin besteht teilweise heute noch das Erbübel in der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung. Der frühere Allgemeine Verband deutscher Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften hat sich zwar gelegentlich bemüht, die eigentliche Dividendenjägerei zu mildern, ohne jedoch dem erstarkenden Konsumgenossenschaftsgedanken die klaren Konsequenzen des Großbetriebs zuzugestehen oder auch nur aufzuzeigen. Das ist aus dem Wesen des isolierten Konsumvereins heraus erklärlich. Wenn der isolierte Konsumverein durch seine preispolitische Gebundenheit den Detailhandel weder umgestalten noch beeinflussen kann, so ist er auch grundsätzlich nicht zu dessen Ersetzung berufen; vielmehr ist bezüglich der Rechtfertigung des Konsumvereins jeweils örtlich zu entscheiden. Das ist heute noch die Auffassung des Deutschen Genossenschaftsverbandes, ohne Rücksicht auf die grundlegenden Änderungen im deutschen Konsumgenossenschaftswesen, die schon um die Mitte der 90er Jahre einsetzten.

Die isolierte Konsumgenossenschaft kann die Vorbedingungen einer volkswirtschaftlich relevanten Konzentration der Bedürfnisbefriedigung im Konsumverein nicht schaffen. Die isolierte Konsumgenossenschaft steht im

1) Eine der rühmlichsten Ausnahmen bildet K. H. Maier, der im Jahresbericht 1925 des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, Hamburg 1926, S. 45, die Rückvergütung vom Spargesichtspunkt würdigt.

Widerspruch zum expansiven konsumgenossenschaftlichen Großbetrieb; sie ist statischer Natur. Einerseits ist sie im wesentlichen abhängig von den Nominalpreisen mittlerer Detailhandelsbetriebe (infolge des distributiven Sparzwecks), andererseits können ihre Einkaufspositionen auch einem privaten Detailbetrieb zur Verfügung stehen. Es soll in diesem Zusammenhang auch auf umsatzsteigernde Mittel des Detailhandels, wie die Übernahme von Großhandelsfunktionen für die kleinen und kleinsten Detailgeschäfte hingewiesen werden.[1] Diese Einzwängung der Konsumgenossenschaft in ziemlich feste Gegebenheiten des Einkaufs und des Umsatzes verhindert auch die Stärkung der Organisationstendenzen des Konsumgenossenschaftsgedankens. Partikularistische Selbständigkeit gegenüber anderen Konsumvereinen, Fehlen jedes inneren, namentlich organisatorischen Zusammenhangs mit den Mitgliedern sind die Folgen; einer Zentralorganisation wird lediglich für Zwecke des Rechtsschutzes und der Interessenvertretung vor den Behörden beigetreten.

Der isolierte Konsumverein ordnet sich als passives Zwischenglied vollständig in die Aufgaben des Handels ein: die Einkommensteile der Mitglieder sollen als transitorische Werte möglichst rasch an die Lieferanten fließen bezw. an die Mitglieder als Dividende zurückgelangen; letzteres mittels halbjährlicher, sogar vierteljährlicher Abschlüsse. Jede planmäßige Akkumulation von Geldmengen, vor allem zur Investierung im Betrieb selbst, mußte solchen Konsumvereinen ein Greuel sein; dieser Standpunkt zeigte sich auch in der Bekämpfung einer systematischen Förderung von Spareinlagen der Mitglieder.

Durch all diese Momente erscheint der isolierte Konsumverein als eine Art Sparautomat.

Der Kapitalbegriff — gleichgültig von welchen Kapitaltheorien ausgegangen wird — kann dabei keineswegs ausgeschaltet werden. Der konsumgenossenschaftliche Betrieb überhaupt — unabhängig von seinen Entwicklungsstufen — existiert durchaus innerhalb der Notwendigkeiten geldrechnungsmäßiger Bewirtschaftung nach Aufwand und Ertrag; in dieser Eigenschaft ist er durch die Gesamtwirtschaft bedingt. Falls z. B. allgemein eine Verzinsung der Aktivkonten gefordert und als Aufwand[2] behandelt wird, steht einer Anwendung auf den konsumgenossenschaftlichen Betrieb duraus nichts im Wege. Die Konsumgenossenschaft weist nur Ergänzungen des Rentabilitätsstrebens durch andere Prinzipien auf. Die Synthese hieraus wird theoretisch häufig nicht genügend gewürdigt; Beispiel hiefür ist Hans Müller:[3]

---

[1] Aus dieser Ausnutzung des Differenzierungsprozesses im Detailhandel — soweit man von einem solchen der Größenordnung nach sprechen kann —, sowie aus der Deckung des Warenbedarfs der verkehrsfernen Gebiete, erklärt sich zum größten Teil der schwache Widerstand der noch kaufmännisch geführten Detailunternehmen gegen ihre „parasitischen" Kollegen.

[2] S. insbes. in Schmalenbach's Meisterwerk „Grundzüge dynamischer Bilanzlehre": Der Zins als Aufwand (3. Aufl. 1925, S. 135 ff.)

[3] S. „Von der liberalen zur sozialen Genossenschaftstheorie", S. 32. — Dieses Zitat ist zugleich ein Auszug aus den entsprechenden Ausführungen dieses Autors in einer Rekursschrift an das Schweizerische Bundesgericht in Lausanne, 1897, die er in seiner damaligen Eigenschaft als Generalsekretär des Verbandes schweizerischer Konsumvereine verfaßte.

„ . . . Aus alledem folgt, daß in Wirklichkeit bei den Konsumgenossenschaften mit Recht nicht von dem Vorhandensein eines Kapitals gesprochen werden kann, obwohl in ihren Statuten von einem (Betriebskapital) die Rede ist. Man muß sich hüten, aus dem Namen der Dinge und Einrichtungen Schlüsse auf ihren wirklichen Charakter zu ziehen. Gewiß kann auch eine Konsumgenossenschaft nicht wirtschaften, ohne sich dabei des Geldes zu bedienen. Dies Geld spielt aber innerhalb der Grenzen ihres Bereichs (?) nicht die Rolle des Kapitals; seine Zirkulationsform ist hier eine andere als in (?) der Unternehmung. Während in dieser (?) eine Geldsumme, die mit G bezeichnet werden soll, in ein Quantum Waren — W — verwandelt wird und dieses wieder die Bestimmung hat, gegen einen größeren Geldbetrag als G, bezeichnen wir ihn mit G + g, verkauft zu werden, also das Geld in seiner Zirkulation die Formel G — W — (G + g) beschreibt, ist in (?) der Konsumgenossenschaft die Zirkulationsform des Geldes eine andere. Hier wird G zwar auch in W verwandelt; aber der Zweck der Konsumgenossenschaft ist völlig erreicht, wenn W wieder in ein gleichgroßes G zurückverwandelt ist. Ja, es ist geradezu (?) der Zweck der Konsumgenossenschaft, zu verhindern, daß bei der Rückverwandlung von Ware in Geld der ursprünglich ausgelegte Geldbetrag G in einen solchen von G + g verwandelt wird. In der Konsumgenossenschaft streift sonach das Geld seinen Kapitalcharakter, seine Eigenschaft, . . . sich vermehrendes Geld zu sein, völlig ab und spielt nur noch die Rolle eines einfachen Tauschmittels. Aus diesem Grund ist es auch unlogisch, in der Konsumgenossenschaft dem sogenannten Betriebskapital, das in Wirklichkeit gar kein Kapital ist, einen Zins zu gewähren.[1] Tatsächlich ist auch der dem Betriebskapital gewährte Zins kein solcher, denn er kann nicht aus einem Geschäftsgewinn oder Profit, der nicht vorhanden ist, gezahlt werden. Wie niemand an sich selbst etwas (verdienen) kann, so kann auch niemand sich selbst für eine Geldsumme, mit der er Güter eintauscht, einen Zins zahlen".

Hans Müller bemerkt zu diesen Ausführungen S. 34, sie seien „durch das Studium von Marx' Kapital ganz wesentlich beeinflußt" worden. Was jedoch in den zitierten Ausführungen unter „Zirkulationsform in einer Unternehmung" verstanden wird, ist nicht klar ersichtlich. Marx selbst geht von den Wirtschaftsbeziehungen der Unternehmungen zu einander aus und formuliert präzis zwei „Zirkulationsformen" — in Hegels Identität historischen und logischen Sehens — :

1. Verkauf von Waren — Umwandlung in Geld — dafür wieder Kauf von Waren; „W — G — W", die Formel der „einfachen Warenproduktion".

2. Kauf von Waren (G — W) — Verkauf von Waren; „G — W — (G + g)", die Formel der „kapitalistischen Warenproduktion".

[1] Sperrungen im Original.

Ein drittes Zirkulationsprinzip gibt es in dem System von Karl Marx nicht. Die zweite Formel wird indessen durch die Konsumgenossenschaft in keiner Weise verletzt. Im äußeren Tauschverkehr werden die Betriebsmittel in Waren und Betriebseinrichtungen verwandelt; im inneren Tauschverkehr werden die Güter durchaus zum erhöhten Abgabepreis G + g in Geld laufend rückverwandelt. Die Überschüsse werden zwar aus ganz anderen Prinzipien heraus erzielt, sind aber mehr oder weniger stark vorhanden; sie werden (von der Gesamtwirtschaft aus gesehen) lediglich anders verteilt, sodaß eine Neubildung von Mitgliedereinkommen nicht besteht, vielmehr nur die Ausgaben der Mitglieder vermindert werden. Im übrigen weist nur die isolierte Konsumgenossenschaft grundsätzlich die Tendenz zur vollständigen Verteilung auf; in ihr sind die „Erträge der Mitglieder" durchaus oberster Zweck der Betriebsführung während des Geschäftsjahres.

Auf den von Hans Müller mit Recht angegriffenen Anteilzins wird in § 4 einzugehen sein; es sei jedoch darauf verwiesen, daß die oben wiedergegebene Wertung von Hans Müller grundsätzlich (entgegen seiner Bemerkung) der Marx'schen Methode entgegengesetzt ist. Und zwar ist hier die letztere fruchtbarer. Nicht das Werten des Anteilzinses bringt die wissenschaftliche Lösung, sondern die Erklärung des Anteilzinses nach Ursachen und Bedingungen. Allgemein ist zu betonen: das Eingeordnetsein der Konsumgenossenschaften in die kapitalwirtschaftlichen Zusammenhänge bedingt eine Verschiedenheit der Beurteilung des konsumgenossenschaftlichen Zweckes bei Fernstehenden, die nicht in das Unmittelbare der Konsumgenossenschaft eindringen. Das zeigt sich vor allem in der Rechtsprechung; [1] namentlich die sächs. Gerichte gehen nur vom ersteren Gesichtspunkt aus.

Die gutgeleitete isolierte Konsumgenossenschaft weist eine sehr ruhige Einkaufstätigkeit auf. Sie will den privaten Großhandel in keiner Weise umgehen, sondern unterhält sehr abwechslungsarme, aber gesicherte Beziehungen zu ihm; sie erkennt seine volkswirtschaftlichen Aufgaben grundsätzlich in weitgehender Art an. Ohne die geringste Gegensätzlichkeit zu ihm benutzte die isolierte Konsumgenossenschaft auch gelegentlich einen Einkaufstag alter Art. Die Beteiligung der Vereine bestimmte sich jedoch grundsätzlich nur nach den effektiven Vorteilen der Marktübersicht; entscheidend war dabei das Erstreben von Vorteilen besonders guter direkter Beziehungen zu Großhandelsunternehmen. Es handelte sich um Bezirksbörsentage der 80er Jahre, auf denen Geschäftsführer der Konsumvereine und Vertreter des Provinzgroßhandels zusammenkamen, um die Marktlage zu besprechen und Überblicke über die Offerten zu gewinnen.

b) Die organisierte Konsumgenossenschaft

Der Begriff organisierte Konsumgenossenschaft umfaßt die Einordnung der Konsumgenossenschaften in einen zentralen Wirtschaftsverband zwecks tunlichster Ersetzung des äußeren Tauschverkehrs durch den organisierten Güterbezug.

---

[1] K. H. Maier berichtet hierüber fortlaufend in der Konsumgenossenschaftlichen Rundschau; s. auch seine Zusammenfassung in dem erwähnten Jahresbericht des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine für 1925, Hamburg 1926, S. 47 ff.

In Deutschland erfolgte dies, wenigstens dem Programm nach, durch die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine in Hamburg, 1894. Dieser entscheidende Fortschritt ermöglicht die grundsätzliche Emanzipation der einzelnen Konsumgenossenschaft von den Beziehungen zum Privathandel. Das ist begrifflich eine selbstverständliche Konsequenz des Konsumgenossenschaftsgedankens, dessen Organisationsprinzip volle Verwirklichung erfordert. Es entsteht dadurch begrifflich ein umfassender nationaler Konsumkörper, der die Tendenz aufweist, in sich selbst keinen äußeren Tauschverkehr mehr zu kennen.

Hiermit müssen sich die Methoden der Einkaufspolitik wesentlich anders orientieren als im isolierten Konsumverein. Leitmotiv wird die Überschreibung tunlichst aller Aufträge an die Großeinkaufsgesellschaft, in dem genossenschaftlichen Bewußtsein: die Leistungen der Großeinkaufsgesellschaft sind zugleich Leistungen der Vereine und steigen mit den effektiven Umsätzen. Kritische Vergleiche mit privaten Offerten werden, soweit sie einwandfrei möglich sind, damit in den einzelnen Konsumgenossenschaften nicht ausgeschaltet; sie werden jedoch insgesamt ein geeignetes *positives* Druckmittel. Damit soll keineswegs behauptet werden, die Lieferungspreise der Großeinkaufsgesellschaft seien schlechthin mit der Preiselle zu messen. Aufgabe der Großeinkaufsgesellschaft ist vielmehr, bei gegebenen Marktpreisen die höchsten Qualitäten herauszubringen. Die rationelle Anlegung eines Netzes von Zweiglägern ermöglicht, im Zusammenhang mit dem Reisevertretersystem, die genaue Kenntnis des Bedarfs der einzelnen Vereine. Andererseits müssen alle Vereine die Leistungsmöglichkeiten der Großeinkaufsgesellschaft kennen; dazu dienen auch die Einkaufsvereinigungen, die teilweise erst nach der Gründung der Großeinkaufsgesellschaft entstanden sind und 1925 einen bedeutenden Aufschwung genommen haben. Im Zusammenhang mit dem organisierten Güterbezug haben diese Bezirksvereinigungen ganz neue Funktionen bekommen; sie sind scharf zu unterscheiden von den Eigentümlichkeiten der alten Bezirksbörsentage in den 80er Jahren. Die freie Selbständigkeit der Teilnehmer solcher Warenbörsen, (Grundnorm: Vielheit einzelner Lieferungsverträge von Konsumverein und *Privat*lieferant) ist ersetzt durch die unbedingte planmäßige Zusammenfassung der Aufträge an die Großeinkaufsgesellschaft zum Zweck tunlichster Ausnutzung der Preissenkungsmöglichkeiten durch große Aufträge, sowie des Frachtvorteils der Sammelladungen. Schon die Orientierung über die Marktverhältnisse bekam dadurch ganz andere Methoden. Im alten Einkaufstag zerfiel die Marktorientierung in die freie Unterhaltung einzelner Gruppen; an die Stelle dieses börsenmäßigen Umherhorchens tritt nun mehr und mehr die planmäßige Versammlung mit Vorträgen des Reisevertreters und anderer Genossenschafter, sowie der Besprechung des „Warenbericht" der Großeinkaufsgesellschaft. Neben und infolge der Möglichkeit ausgiebiger Kritik, mit der gegenüber der Großeinkaufsgesellschaft nie gespart wurde, ist der Einkaufstag auch Erziehungsgelegenheit in betriebswirtschaftlichen und allgemein genossenschaftlichen Fragen. Aus diesen grundlegenden Neuerungen erklärt sich das rasche Aufblühen von Einkaufsvereinigungen, soweit sie in plan-

mäßigem Zusammenhang mit der Großeinkaufsgesellschaft standen. Die Begrenzung der dort an diese erteilten Aufträge ergab sich allerdings schon durch die erhöhten und häufig erfolgreichen Bemühungen privater Firmen, kurz vor dem Termin des Einkaufstages noch Abschlüsse zu tätigen. Hier äußern sich die Gegentendenzen gegen die organisierte Konsumgenossenschaft überhaupt. Ein recht bedeutender Teil der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung hat sich heute noch nicht von den Grundsätzen und Methoden des isolierten Konsumvereins frei gemacht. Die Einkaufstaktik gegenüber der Großeinkaufsgesellschaft hat sich in fast allen diesen Fällen auf das Prinzip des von Fall-zu-Fall-Kaufens festgelegt. Die Großeinkaufsgesellschaft wird von solchen „Halbgenossenschaftern" mehr oder weniger nur als ein weiterer Teilnehmer an der Offertenkonkurrenz der Privatfirmen betrachtet und ziemlich passiv behandelt. Diese Einstellung entspricht jedoch, wenigstens im Kolonialwarengeschäft, den tatsächlichen Aufgaben der organisierten Konsumgenossenschaften. Der private Lieferant bezweckt vor allem die Sicherung seines Gewinns und hat deshalb kein spezielles Interesse an einem möglichst niedrigen Güterbestand der Konsumgenossenschaften; er sucht vielmehr sich in der Konkurrenz der Reisenden durchzusetzen. Demgegenüber verzichtet die Großeinkaufsgesellschaft im allgemeinen, zu einer solchen Rolle herabzusinken; der Einkaufstag wird das Hauptmittel, die Vereine immer mehr zum automatischen Bezug zu bringen, unter Wahrung der Freiheit kritischer Aussprache. In besonderen Fällen ist es ohne weiteres gelungen, junge Vereine zu treuen Gliedern der Großeinkaufsgesellschaft zu machen: neu gegründete Konsumgenossenschaften, deren Verteilungsstellen von der Großeinkaufsgesellschaft eingerichtet wurden.

Es muß mit aller Deutlichkeit betont werden: nur die organisierte Konsumgenossenschaft erfüllt die Kriterien des Konsumgenossenschaftsbegriffs. Das muß sich auch in wachsender Konzentration des Geld- und Kreditverkehrs in der Bankabteilung der Großeinkaufsgesellschaft äußern. In der Praxis hat diese Organisationsidee besonders nach begonnener Überwindung der durch die Inflation bedingten Verwilderung konsumgenossenschaftlicher Grundsätze immer mehr Eingang gefunden, die Programme wurden schärfer umrissen; das wird sich in den nächsten Jahren deutlicher bemerkbar machen. Auch scheinbar negativ; in neuester Zeit mehren sich die Fälle, in denen die Agenten privater Markenartikel, nachdem sie vom Vorstand abgewiesen wurden, in den Verteilungsstellen eine Einwirkung auf das Personal und die Mitglieder versuchten; dies erinnert an primitive Formen des isolierten Konsumvereins. — Die positiven Neuerungen liegen vor allem in den Tendenzen zur Stärkung der Kompetenzen der einzelnen Revisionsverbände, zum Zweck durchgreifender Rationalisierung der Vereinsbetriebe und Verteilungsstellen,[1]) sodann insbesondere in der Errichtung spezieller Fachbera-

[1]) S. insbesondere die Ausführungen von Ferdinand Biehl (Sekretär des Verbandes nordwestdeutscher Konsumvereine) über „Die verbandsseitige Verteilungsstellenkontrolle" auf dem 23. ordentlichen Genossenschaftstag des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, 14. bis 17. Juni 1926 in München.

tungsstellen durch die Großeinkaufsgesellschaft für die einzelnen Vereine; in diesem Zusammenhang seien erwähnt: die Bauberatungsstelle, die Fachberatungsstelle für den Vertrieb von Textil-, Schuh- und Hausstandsartikel, sowie die Frachtenüberprüfungsstelle.

Zu den bemerkenswertesten Hindernissen der Organisierung des Güterbezugs in der Gegenwart gehören die Hemmungen in der Durchführung des Barzahlungsprinzips. Infolge der mangelnden Bildung und Auffüllung eigener Mittel sind — trotz der bedeutenden Entwicklung der Spareinlagen — die Lieferantenkreditoren zunächst noch krankhaft hoch, zwar noch günstig gegenüber dem privaten Kolonialwarenhandel, aber doch für den Großeinkauf bedrohlich. Barzahlung im inneren und im äußeren Tauschverkehr ist das konsumgenossenschaftliche Programm des laufenden Betriebs. Wenn die Verwirklichung dieses Grundsatzes schon im einzelnen Verein infolge Kapitalmangel und leider teilweise noch durch Borgwirtschaft in Frage gestellt ist, gerät auch die Großeinkaufsgesellschaft in schwierige Situationen. Sie soll die Deckung des Bedarfs vornehmen — in dieser Eigenschaft wird sie dann von sonst „ihre Selbständigkeit wahrenden" Vereinen sehr gut gewürdigt —; sie ist jedoch in ihrem Entgegenkommen bezüglich der Zahlungsfristen an die Voraussetzung der (von den Vereinen zu gleicher Zeit geforderten) eigenen Leistungsfähigkeit gebunden. Die Privatfirmen waren dagegen, in ihren Notverkäufen infolge schwieriger Finanzlage, häufig bereit, mit längeren Zahlungsfristen abzuschließen. Die ganze Krise konnte dabei in den Einkaufspreisen teilweise ausgenutzt werden; mit stärkerer Verknappung des inländischen Geldmarktes entstand in nicht wenigen Fällen eine Spannung zwischen dem effektiven ausländischen Erzeugerpreis und den Angeboten des kreditarmen Zwischenhandels, zum Vorteil der gesicherten Umsätze des konsumgenossenschaftlichen Großdetallisten. Diese Umstände müssen in den Beurteilungen der Bezüge von der Großeinkaufsgesellschaft in den Geschäftsjahren 1924 und 1925 berücksichtigt werden.

Die statistische Darstellung dieser Bezüge (d. h. der Nettobezüge, also nur der rückvergütungsberechtigten Umsätze der Vereine bei der Großeinkaufsgesellschaft, d. h. abzüglich nicht unerheblicher Posten, wie Zollsätze für Importartikel, Verrechnungswerte rückgelieferter Fastagen usw.) erfolgt heute noch nicht einwandfrei. Es geht fehl, die reinen Einkaufswerte in Prozenten des Umsatzes, also in Verkaufswerten, darzustellen, wenn auch diese Methode den Bewegungen des Bezuges selbst (innerhalb eines längeren Zeitraumes) durchaus gerecht werden kann. Richtiger wäre eine Berechnung in Prozenten des Warenausgangs zu Ankaufswerten, wie sie sich aus dem Kalkulationssystem von Schär ergeben würde. Es ist jedoch in diesen Fällen die Berechnung in Prozenten des erzielten Umsatzes vorzunehmen; nur auf dieser Grundlage können — und damit stoßen wir auf den Begriff der Konzentration — die Werte der Eigenproduktion mit den Bezügen von der Großeinkaufsgesellschaft ohne Schwierigkeiten auf den gleichen Nenner gebracht werden. Die Beurteilung des Grades der Genossenschaftsintensität einer Konsumgenossenschaft hat auszugehen von der Summe: (zu-

nächst ganz grob betrachtet) Verkaufswert der Bezüge von der Großeinkaufsgesellschaft und Erlös aus selbstproduzierten Gütern. Gibt die Summe 80 Proz. des Gesamtumsatzes, so ist das Bild besonders günstig. Der „Konsumverein Vorwärts für Dresden und Umgebung, e. G. m. b. H." erreichte in seinem Geschäftsjahr 1924/25 (Juni-Abschluß) eine Genossenschaftsintensität von über 90 Prozent seines Gesamtumsatzes, ein Ergebnis, das in den deutschen Vereinen fast beispiellos dasteht. Der Konsum-, Bau- und Sparverein „Produktion" Hamburg bew. die Handelsgesellschaft „Produktion" Hamburg erreichte im Geschäftsjahr 1925 (Dezember-Abschluß) zirka 70 Prozent ihres Gesamtumsatzes. Die Beurteilung der letzteren Ziffer hat die Schlächtereibetriebe der „Produktion" zu berücksichtigen. Der Umsatz dieser Abteilung in Höhe von 35,82 Prozent des Gesamtumsatzes bedingte einen Wareneinkauf in Höhe von 35,95 Prozent des Gesamteinkaufes, der z. B. bezüglich der Viehbeschaffung (21,28 Prozent des Gesamteinkaufs) im wesentlichen auf dem Hamburger Markt erfolgen mußte.

Darstellungen des Bezugs von der Großeinkaufsgesellschaft müssen also stets die betreffenden Eigenproduktionsziffern berücksichtigen. So hatte der (alte) Breslauer Konsumverein im Geschäftsjahr 1925 einen Bezug von der Großeinkaufsgesellschaft von noch nicht 3 Prozent (Verkaufswert) vom Umsatz, dagegen einen Erlös aus selbstproduzierten Gütern in Höhe von 43,9 Prozent des Umsatzes. Umgekehrt betrug der Bezug des (neuen) Breslauer Konsumverein „Vorwärts" von der Großeinkaufsgesellschaft im Geschäftsjahr 1925 zirka 45 Prozent (Verkaufswert) des Umsatzes, während der Erlös aus selbstproduzierten Gütern nur 4,7 Prozent des Umsatzes erreichen konnte. In beiden Breslauer Vereinen hat die Genossenschaftsintensität formal einen ähnlich hohen Stand.

Aber auch bei hochentwickelter konsumgenossenschaftlicher Gesinnung sind die Ergebnisse bezüglich der Zusammensetzung der Genossenschaftsintensität ganz ungleich. So gebietet die Hamburger „Produktion" über Erzeugungsbetriebe in einer Umsatzhöhe von über 56 Prozent ihres Gesamtumsatzes im Geschäftsjahr 1925, dagegen betrug ihr Bezug von der Großeinkaufsgesellschaft höchstens 20 Prozent (Verkaufswert) ihres Gesamtumsatzes. Umgekehrt verzeichnete der „Konsumverein Vorwärts für Dresden und Umgebung" im Geschäftsjahr 1924/25 einen Umsatz seiner Eigenproduktionsbetriebe von zirka 27 Prozent seines Gesamtumsatzes, während sein Bezug von der Großeinkaufsgesellschaft über 65 Prozent (Verkaufswert) des Gesamtumsatzes erreichte.

Die organisierte Konsumgenossenschaft wird in der Literatur in mehr oder weniger deutlicher Art in ihrer Gegensätzlichkeit zum Privathandel untersucht.[1]) Dieser Zweck kann nicht voll aufrecht erhalten werden. Das gilt speziell auch für Teile des Detailhandels, die Warenhäuser, Filialunternehmen und auch für die größeren Spezialgeschäfte. Ferner insbesondere für die Einkaufsgenossenschaft deutscher Kolonialwarenhändler. Es sind in

[1]) Die bemerkenswerteste Ausnahme sind Kulemann's Ausführungen (a. a. O., S. 140).

den letzten Jahren aus diesen Kreisen mehrmals anerkennende Urteile über wirtschaftliche Vorzüge der Konsumvereine in der Öffentlichkeit bekannt geworden. Auch der Zentralverband deutscher Konsumvereine hat die Erfolge dieser Einkaufsorganisation, soweit sie sich sichtbar äußern können, durchaus anerkannt.

In der Beurteilung des Gegensätzlichkeitsproblems ist bezüglich des Detailhandels der Großbetrieb vom Kleinbetrieb zu unterscheiden. Auf den Großbetrieb im Detailhandel und zum Beispiel im Bäckerei- und Fleischereigewerbe, sowie in allen anderen Produktionsgroßbetrieben wirkt die Konsumgenossenschaft durchaus nur wie jeder andere leistungsfähige Privatkonkurrent. Der Gegensatz des Konsumvereins zum Kleindetaillisten und zum Kleingewerbe ist dagegen, im Sinn der Existenzfrage schlechthin, ohne weiteres vorhanden; er unterscheidet sich jedoch von dem Interessengegensatz des Kleinbetriebs gegen den privaten Großbetrieb nur dann, wenn die Ausschaltungstendenz der Konsumgenossenschaft in besonders erheblichen Erfolgen sowie in der Agitation zum Ausdruck kommt.

Die allgemeine Stellung der organisierten Konsumgenossenschaft in den Monopolbildungen ist durch ihre Preispolitik bestimmt. Stehen die Konsumvereinspreise — durch günstigen Auslandsbezug, ferner durch Minusgeschäft (siehe § 4), oder zum Beispiel durch Unterstützung von Außenseitern — unter den Kartell- oder Syndikatspreisen, so kann die Wirkung auf die Dauer *sanierend* im volkswirtschaftlichen Sinn werden: falls das Kartell oder Syndikat unmittelbar durch die konsumgenossenschaftliche Preispolitik in seinen Gewinnverhältnissen berührt wird, wird es dazu neigen, die Differenzierung der Kartellrenten zu mildern, d. h. relativ teurere Betriebe auszumerzen. In diesem Fall — er ist lediglich Zukunftshoffnung — kann die Konsumgenossenschaft als Faktor der Gesundung der Monopolzusammenschlüsse gelten, falls dies durch zollpolitische Maßnahmen des Staates nicht gefährdet oder gar unterbunden wird. Die heutigen Zusammenschlüsse des Kohlenhandels dürfen über solche Möglichkeiten nicht hinwegtäuschen.

Es geht um ganz kommensurable Dinge: um die Überlegenheit der Einkaufsmethoden und um die Rentabilität der Betriebe. In den Zentralorganisationen des gesamten Handels kommen zwar gelegentlich scharfe Entschließungen über die Ausschaltungsbestrebungen der Konsumvereine in die Protokollbücher, in die Presse und an die Regierung, insbesondere an das Finanzministerium; aber der einzelne Großhändler kann damit — sogar mit Boykott-Beschlüssen — meist sehr wenig anfangen. Die Konkurrenz und sein eigenes Gewinninteresse zwingen ihn von selbst, sich auch um Aufträge der Konsumvereine zu bemühen; meist schätzt er diese eher besonders stark, wenn sie bar zahlen. Die Konsumgenossenschaft erfüllt als Großbetrieb allgemein die Aufgabe einer Erhöhung des Kapitalumschlages der Großhändler und der Produzenten in einem bestimmten Zeitraum. Solange noch Hoffnungen auf Lieferungsmöglichkeiten bestehen, werden sich die einzelnen Großhandelsunternehmen einer Gegensätzlichkeit zur Konsumgenossenschaft gar nicht bewußt. Das liegt im Wesen der individualistischen Struktur des

Handels. Dasselbe gilt für die einzelne Konsumgenossenschaft; der Konsumgenossenschaftsgedanke ihrer Betriebsleitung ist auf den eigenen Wirtschaftskörper, nicht aber gegensätzlich auf fremde Wirtschaftseinheiten der Privatwirtschaft bezogen. Das ist durchaus gesund.

II. Konzentration

1. Wesen

Der Ausdruck Konzentration soll folgenden im Werden sich befindlichen Vorgang kennzeichnen: fortschreitende Umsatzsteigerungen pro Mitglied (konsumgenossenschaftliche Preispolitik im Zusammenhang mit gesteigerten assoziativen Sparleistungen), unter Förderung der Akkumulation (als Voraussetzung zunehmender zentraler und lokaler Eigenproduktion und der Tendenz zu höherem organisierten Güterbezug). Konzentration ist kurz zusammengefaßt: konsumgenossenschaftliche Preispolitik mit wachsender Ersetzung des äußeren Tauschverkehres durch planmäßige Güterbeschaffung.

Zur Erkenntnis der Konzentration sind alle diese Merkmale notwendig. Nicht unbedingt notwendig ist dagegen ein von vorneherein hoher Durchschnittsumsatz pro Mitglied. Es gab schon vor dem Krieg eine Reihe fortschrittlicher Vereine, auf die das Kriterium der Konzentration voll zutraf, ohne daß ein nennenswert hoher Durchschnittsumsatz pro Mitglied vorhanden war. Vergleicht man die Durchschnittsumsätze pro Mitglied der Hamburger „Produktion" mit den entsprechenden Ziffern besonders „ruhiger", allerdings etwas kleinerer süddeutscher Vereine (z. B. Stuttgart), die das obige Kriterium nicht ganz erfüllten, so ist zugunsten der letzteren, die aber teilweise über 40 Jahre länger als die „Produktion" bestanden, meist eine erhebliche absolute Differenz von teilweise über 100 Mark, teilweise sogar über 200 Mark festzustellen. Diese Differenz wurde indessen von der „Produktion" mit Riesenschritten verkleinert; das ist wesentlich. Immerhin ist das Beispiel lehrreich: die absolute Höhe des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied in einem bestimmten Zeitpunkt ist kein verläßliches Kriterium;[1] es kommt auf die Bewegung des Umsatzes in einem größeren Zeitraum an, im Zusammenhang mit allen Faktoren zur Beurteilung der preispolitischen Entwicklung und der Rentabilität der einzelnen Betriebszweige.[2] Besondere Vorsicht

[1] In allen Fällen ist auch die Entwicklung der Verschiedenheit des Prozentsatzes der nichtkaufenden Mitglieder zu berücksichtigen: dieser stand in der „Produktion" teilweise um das Dreifache höher als in „konservativen" süddeutschen Vereinen.

[2] Eine Umsatzstatistik auf solcher Grundlage umfaßt — neben allen übrigen Zusammenhängen — u. a. die Statistik der Lagerdauer; Statistik der Stückumsätze (nach Sorten, Verteilungsstellen und auf ein Mitglied); jährliche und monatliche Umsatzvergleiche (auch Warengruppen), u. a. gruppiert nach Verteilungsstellen, ferner auf ein Mitglied berechnet; Durchschnittsumsatz pro Verteilungsstelle, Durchschnittsumsätze pro Verkaufskraft in den einzelnen Verteilungsstellen, sowie total, ohne Rücksicht auf verschieden hohe Leistungen voll beschäftigter Kräfte (z. B. Lagerhalter im Vergleich zu Lehrverkäuferinnen), ferner für den Umsatz: wichtige Ergebnisse der Mitgliederstatistik, wie Mitgliederzahl pro Verteilungsstelle (darunter Prozentsatz der kaufenden Mitglieder. Gesamtdurchschnitte der nominellen und kaufenden Mitgliederzahl pro Verteilungsstelle). Falls die Konzentration umsatzmäßig in Erscheinung tritt, ist stets die Intensität jeder Verteilungsstelle (Umsatzleistung und Mitgliederbestand) mit in Betracht zu ziehen.

erfordert hierbei die Beurteilung der Größe des Mitgliederbestandes, ausgedrückt in Prozenten der Gesamtsumme der Haushaltungen des betreffenden Ortes. Dieser Prozentsatz ist außerordentlich verschieden, je nach der Größe und dem Charakter der Stadt; in industriellen Großstädten ist er stets niedriger.

Wie der fortschreitende Durchschnittsumsatz pro Mitglied, so gehört auch der wachsende Bezirkskonsumverein an sich — nicht immer historisch — nur zu den zeitbedingten Kriterien des Konzentrationsbegriffs, dessen materielles Substrat er ist. Betriebskonzentration ist demnach sowohl der konsequente Großbetrieb in der Eigenproduktion wie der „lokalisierte Großbetrieb" des Verteilungsstellensystems eines großen Bezirkskonsumvereins. Betriebskonzentration ist von der Anzahl der Geschäftsjahre, sowie insbesondere von der Größe und der Zusammensetzung der Stadt und ihrer Umgebung abhängig. Sie setzt sich bis zu einem gewissen Grad in mechanischer Gesetzmäßigkeit als „von selbst" durch, in Form hohen Durchschnittsumsatzes, hoher Umsätze an selbstproduzierten Gütern (wie vor allem Breslau zeigt), stärkeren Reserven, sowie in der Wertgröße der Hausanteile im Vergleich zu den Spareinlagen. Dagegen umfaßt unser allgemeiner Konzentrationsbegriff ein planmäßig angewandtes Wirtschaftsprinzip: Akkumulation, sowie konsumgenossenschaftliche Preispolitik; die Betriebskonzentration ist dabei nur eine der Bedingungen des Erfolges.

Die planmäßige Güterbeschaffung wird dargestellt durch den schon erwähnten Grad der Genossenschaftsintensität:

1. Der Grad der Verwirklichung des Genossenschaftsprinzips (s. § 1, Grad der Genossenschaftlichkeit).
2. Bezug von der Großeinkaufsgesellschaft, unter Trennung von
   a) durch die Großeinkaufsgesellschaft in ihrer Eigenschaft als Kommissionär bezogene Waren, für welche die Großeinkaufsgesellschaft kein Lager hält (Lieferantengeschäft).
   b) aus selbständigem äußeren Tauschverkehr (eigenes Geschäft) der Großeinkaufsgesellschaft stammende Waren.
   c) Bezug aus den Eigenproduktionsbetrieben der Großeinkaufsgesellschaft.
3. Bezug von der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine: derjenige Bezug, der im inneren Tauschverkehr der Vereine umgesetzt wird.
4. Rein lokale Genossenschaftsintensität:
   a) Erlös aus selbstproduzierten Gütern.
   b) Bezug von benachbarten Konsumgenossenschaften.
   c) Bezug von landwirtschaftlichen und sonstigen Genossenschaften.

Ergänzend ist heranzuziehen:

5. Beteiligung am Betrieb der Großeinkaufsgesellschaft;
   a) Gezeichnete Stammanteile, Guthaben auf Stammanteile und etwaiger Besitz von Obligationen.

b) Benutzung der Bankabteilung der Großeinkaufsgesellschaft: Bankeinlagen gegen dreimonatliche und längere Kündigung, Bankumsatz in laufender Rechnung, nebst Bankguthaben per Jahresschluß. Die Bankumsätze sind teilweise sehr erheblich, so hatte der Konsumverein Vorwärts für Dresden und Umg. im Geschäftsjahr 1924/25 einen Bankumsatz bei der Großeinkaufsgesellschaft in Höhe von 71,35 Prozent des Güterumsatzes erreicht.

6. Anzahl der vom betr. Verein abonnierten Genossenschaftszeitungen (Konsumgenossenschaftliche Rundschau und das jeweils als Revisionsverbandsblatt unter verschiedenem Titel erscheinende Konsumgenossenschaftliche Volksblatt).
7. Derjenige Bezug von der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine, von der Holzindustrie Dortmund und anderen Betrieben der Großeinkaufsgesellschaft, der den internen Betriebsbedarf des betreffenden Vereins deckt, also den betreffenden Betriebskonten (bezw. teilweise heute noch dem allgemeinen Unkostenkonto) belastet wird.

Eine klar differenzierte Verbandsstatistik[1]) über die Punkte 2, 3 und 7 existiert nicht. Die Jahresstatistik der Revisionsverbände des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine enthält in dieser Hinsicht lediglich den Gesamtbezug von der Großeinkaufsgesellschaft und den Erlös aus selbstproduzierten Gütern. Bezüglich des Punktes 4 hat der Vorstand des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 1904, insbesondere 1912 und in den folgenden Jahren, den Bezug der Verbandsvereine und der Großeinkaufsgesellschaft von landwirtschaftlichen Genossenschaften und landwirtschaftlichen Erzeugern überhaupt statistisch erforscht. — Der Ausbau der Einkaufsstatistik in den Konsumgenossenschaften ist ohne Schwierigkeiten möglich; die Ergebnisse müßten der Monatsstatistik eingefügt werden.

Die Konzentration ist als Entwicklungsprozeß der organisierten Konsumgenossenschaft zu untersuchen. Der Begriff der organisierten Konsumgenossenschaft umfaßt nur a) die Voraussetzung: das Organisiertsein der Vereine, also die Tatsache des Bezugs von der Großeinkaufsgesellschaft, und b) das Endziel: die Aufhebung des äußeren Tauschverkehrs; dieser Begriff definiert deshalb lediglich den entfalteten Konsumgenossenschaftsgedanken selbst, der nach zunehmender Verwirklichung strebt. Die Lehre von der Konzentration muß indessen die konkreten Zusammenhänge herausarbeiten, unter denen diese Verwirklichung vor sich geht. Ihr spezieller betriebswirtschaftlicher Gehalt kann in dieser Untersuchung nicht berücksichtigt werden; es ist hier lediglich das Erkenntnisobjekt klarzustellen und es sind die allgemeinen Richtlinien aufzuzeigen.

Die isolierte Konsumgenossenschaft weist als solche keinen selbständigen Übergang zur organisierten Konsumgenossenschaft auf, es sei denn, der Konsumge-

[1]) Eine ähnliche Statistik ist ebenso für die dem Reichsverband deutscher Konsumvereine angeschlossenen Konsumgenossenschaften möglich.

nossenschaftsgedanke hat sich in ihr bereits gebildet. Aus dem letzteren Umstand erklärt sich der Gründungserfolg der Hamburger Großeinkaufsgesellschaft im Jahre 1894, im Vergleich zu den früheren Versuchen.[1] Eine isolierte Konsumgenossenschaft ohne ideelle Erneuerung spottet jedem Konzentrationsverlangen: Eigenproduktion und rationeller Einkauf, soweit sie überhaupt zustande kommen, dienen lediglich der Erhöhung der Rückvergütung bezw. der Sicherung ihrer bisherigen Höhe, wenn diese durch die Preispolitik privater Detailgroßbetriebe bedroht wird. Erhaltung der Preise und der Rückvergütung auf primitiv-genossenschaftlicher Höhe, also Sicherung der rein distributiven Zwecksetzung — das war die Ursache relativ hoher, aber starrer, entwicklungsunfähiger Durchschnittsumsätze pro Mitglied in allzu vielen Vereinen; diesem zähen Weitervegetieren der „alten Richtung" entspricht das passive Verbraucherinteresse der Mitglieder (hierüber unten in § 6), das seinem Wesen nach, trotz Umsatzdividende, ein äußerst beharrendes Moment darstellt.

2. Die Eigenproduktion

a) Vorbemerkungen

Es wird hier darauf verzichtet, einen besonderen Produktionsbegriff zu begründen. Es sei deshalb lediglich hervorgehoben, daß in die Produktion die gesamte Stoffumwandlung, einschließlich der Stoffveredelung (z. B. Kaffeerösterei), sowie die Transportleistungen einbezogen werden. Die letztere Einbeziehung findet sich übrigens auch bei Karl Marx. Marx unterscheidet (vgl. „Kapital", 2. Bd., 6. Aufl. 1921, S. 100 ff., auch Karl Renner, „Die Wirtschaft als Gesamtprozeß", Stuttgart 1925, S. 57 ff.) im Warenumlauf „echte Kosten" von „Unkosten". Unter „echten Kosten" versteht Marx bezügl. des Handels denjenigen Aufwand im Warenlager, welcher der Erhaltung und Verbesserung des Gebrauchswerts dient, ferner die Transportkosten; bei Marx drückt sich dies noch speziell aus: dieser Aufwand setzt den Warenvorräten „Wert" zu. Dagegen bezeichnet er „reine Zirkulationskosten" als „Unkosten", die nach seiner Auffassung bloße Abzüge vom Mehrwert sind und lediglich der juristischen Umsetzung der Waren dienen. — Soweit diese Unterscheidungen wert-theoretisch formuliert sind, sind sie für die Kalkulation belanglos; das wußte auch Marx. Seine stark angegriffene Theorie kann jedoch das Rabattsystem in den Handelsbeziehungen, sowie die Entlohnung von Angestellten mit Umsatz-Tantiemen kausal erklären. Das wird von der Kritik meist übersehen. Ferner ist die wirtschaftspolitische Erörterung der Zwischenhandelsgewinne in der Presse der Konsumgenossenschaften, sowie in der Literatur, insbesondere anläßlich der inflationistischen Vermehrung des Gütervermittlungsapparats, eine deutliche Bestätigung der Marx'schen Theorie. Die „Handelsfeindschaft" der utopischen Sozialisten hat Max im übrigen in keiner Weise geteilt.

[1] Über Einzelheiten geben die Jubiläumsbücher von Heinrich Kaufmann reichhaltige Material.

Maßgebend für die Erkenntnis eines Wirtschaftsprinzips ist die historische Art der Beziehung des Erzeugungsapparats zum Verbraucher.[1] Demgemäß wird hier die konsumgenossenschaftliche Beziehungsart der Eigenproduktion zum Mitglied zugrunde gelegt. Das bedeutet: die Eigenproduktion in ihrem jeweiligen betriebswirtschaftlichen Verhältnis zu a) der Ersetzung des äußeren Tauschverkehrs und ergänzend zu b) der konsumgenossenschaftlichen Stärkung des inneren Tauschverkehrs. Eigenproduktion und Eigenproduktion sind also zweierlei, selbst bei gleich großem Verkaufserlös, je nach ihrer Funktion, also je nach dem Gesamtstande der Genossenschaftsintensität, dessen Schema oben erläutert wurde; es ist hierbei, gemäß b, jeweils das Ausmerzen rein distributiver Zwecke zu untersuchen.

Damit soll dem Außenstehenden vor Augen geführt werden, wie unsachgemäß es sein kann, allgemeine Begriffe wie „Gemeinwirtschaft" oder „geschlossene Hauswirtschaft" auf die Erscheinungen der Eigenproduktion schlechthin anzuwenden. Es ist jeweils (s. das Breslauer Beispiel) eine sorgfältige Untersuchung der einzelnen Vereine notwendig, die zunächst auf die Jahrzehnte vor dem Krieg und ergänzend auch auf die beiden Geschäftsjahre 1924 und 1925 angewiesen ist. Man kann allerdings von einer Tendenz zur Gemeinwirtschaft reden. Für die konsumgenossenschaftliche Theorie selbst ist dies nur insofern belangreich, als es kausal zu erklären gilt, wie und unter welchen Bedingungen die gemeinwirtschaftlichen Ideen, falls solche überhaupt bestehen, sowie deren Gegner auf die Entwicklung der Konsumgenossenschaften tatsächlich einwirken können. Hierüber in § 6.

Es kann umgekehrt auch nicht auf den beliebten Vergleich der konsumgenossenschaftlichen Ziele mit der ehemaligen „geschlossenen Hauswirtschaft" (letzterer Begriff im Sinne Karl Bücher's gebraucht) eingegangen werden. Solche Bemühungen sind ein Privatvergnügen der betreffenden Gelehrten, welchem zur Beurteilung der konkreten Zusammenhänge unseres Objekts nicht der geringste sachliche Erkenntniswert beizumessen ist.

Die Auswirkung des Konsumentengroßbetriebs auf den Kapitalumschlag der Produzenten und teilweise auch der Großhändler in einem bestimmten Zeitraum wird im übrigen durch die produzierende Genossenschaft keineswegs aufgehoben, sondern nur wachsend auf die eigenen Betriebe übertragen. Der äußere Tauschverkehr besteht jedoch auch hier nach wie vor. Nur erstreckt er sich auf die Beschaffung der „komplementären Güter" des Produktionsprozesses, wie Rohmaterial und Maschinen. Ich nenne dies indirekten äußeren Tauschverkehr. Auch für ihn gilt das über die organisierte Konsumgenossenschaft Ausgeführte: er kann durch organisierten Güterbezug teilweise ersetzt werden (Beispiel: Lieferung des Rohkaffees für die lokale Kaffeerösterei durch die Großeinkaufsgesellschaft; Bezug von Maschinen durch die Großeinkaufsgesellschaft für die Vereine im Wege des Lieferantengeschäfts).

---

[1] Die abstrakt-ökonomischen Grundlagen hierzu in R. Wilbrandt, Ökonomie, Ideen zu einer Philosophie und Soziologie der Wirtschaft, Tübingen 1920.

b) Die lokale Eigenproduktion

Die lokale Eigenproduktion ergibt sich als die Ausfüllung der Lücke des organisierten Güterbezugs der einzelnen Konsumgenossenschaft, im Rahmen aller Möglichkeiten der Ersetzung ihres äußeren Tauschverkehrs.

Sie kann nur innerhalb des Konzentrationsbegriffs formuliert werden. Sie setzt also, im Sinn einer wesentlichen Bedingung des Erfolges, das Produktionszentrum, d. h. den großen Bezirkskonsumverein, voraus. Abweichungen von diesem Grundsatz können restlos auf die meist noch nicht erfolgte Loslösung von der Betriebsgebahrung des isolierten Konsumvereins zurückgeführt werden. Unser Oberbegriff der organisierten Konsumgenossenschaft äußert sich bezüglich der Rationalisierung der einzelnen Betriebszweige auch speziell in der Eigenproduktion. Im Rahmen der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine bestehen die Fachberatungsstellen für konsumgenossenschaftliche Fleischereibetriebe und für konsumgenossenschaftliche Bäckerei- und Mühlenbetriebe.

Die lokale Eigenproduktion ist geeignet, jene Phrase von der Wiedererstehung der „geschlossenen Hauswirtschaft" von dem Gebiete toter Theorie in die lebendige theoretische Erfassung der Wirklichkeit hinüberzuführen. Der Schritt von „größter prinzipieller Tragweite", wie Kulemann die Eigenproduktion schlechthin bezeichnet,[1] ist bedeutend kleiner zu nehmen. — Wir haben uns schon oben gegen diese Übertreibung gewandt und die Stellung der Eigenproduktion innerhalb des organisierten Güterbezugs begrifflich klargestellt. Wer diese Einordnung, die auch in unserer Definition der lokalen Eigenproduktion zum Ausdruck kommt, nicht beachtet, ist in Wirklichkeit nichts anderes als ein Theoretiker des isolierten Konsumvereins. Die lokale Eigenproduktion umfaßt folgende Betriebszweige:

1. Die Bäckerei

Der moderne Bäckereigroßbetrieb mit vollendeten technischen und sanitären Anlagen war und ist in der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung ein Ansporn der Betriebskonzentration.[2] Die Entstehung von Bezirkskonsumvereinen war nicht selten stark beeinflußt von der Notwendigkeit unbedingter Unkostensenkung des Bäckereibetriebs selbst, sowie der Backwarenverteilung (letzteres durch besondere Brotverteilungsstellen), mittels gesteigerten Umsatzes, bei äußerster Ausnutzung der Öfen und der Zubereitungsmaschinen. Die erstrebte Überlegenheit über den Kleinbetrieb beruht dabei ferner auf den Vorteilen großer Sieb- und Mischanlagen und erheblich günstiger Einkaufspositionen, mitbedingt durch den starken Mehlbedarf im Detailgeschäft. Die Brotbäckereianlagen der großen deutschen Vereine haben Weltruf, und

---

[1] A. a. O., S. 124.

[2] Keine wesentliche Abweichung bieten die bis zu einem gewissen Grad dezentralisierten Bäckereibetriebe, z. B. der Konsumgenossenschaft „Hoffnung" Köln, sowie des Konsumvereins Leipzig-Plagwitz, die bei den Fusionen übernommen werden mußten. Im übrigen zeigen diese Fälle lediglich den ausschlaggebenden Einfluß der Gestaltung des Backwarenumsatzes auf die Rentabilität der Betriebsanlagen.

Cassau urteilt in seinem Buch über die Konsumvereinsbewegung in Deutschland, S. 46, daß die britischen Konsumvereine, einschließlich der großen Zentralgenossenschaftsbäckerei in Glasgow, hinsichtlich der technischen Qualität der Anlagen einem Vergleich mit den großen deutschen Vereinen nicht standhalten.

Die Preispolitik der Bäckereibetriebe war vor dem Krieg völlig uneinheitlich und richtete sich größtenteils nach dem Vorhandensein privater Großunternehmen. In diesen Fällen hatten die Genossenschaftsbäckereien nicht immer einen leichten Stand, denn ihre Lohnsummen waren bedeutend höher, auch die Arbeitszeit (Dreischichtenbetrieb zu je 8 Stunden) war für die Arbeiterschaft günstiger (der private Großbetrieb arbeitete meist mit zwei Zehnstundenschichten). Trotzdem war in diesen Fällen der ganze Betrieb noch leidlich Plus-Betrieb; kleine Überschüsse konnten über die Beträge der Rückvergütung hinaus im wesentlichen herausgewirtschaftet werden. Völlig anders war die Lage in denjenigen Genossenschaftsbäckereien, die nur einer Konkurrenz von Mittel- und Kleinbetrieben gegenüberstanden. Hier war — trotz durchschnittlich schwereren Brotes — ein ganz erheblicher Plusbetrieb vorhanden; in einer bekannten süddeutschen Konsumgenossenschaft betrug im Geschäftsjahr 1909, nach dem Überwinden des Konjunkturniedergangs, das Bäckerei-Plus über die anteilige Umsatzdividende fast 10 Prozent des Umsatzes, eine Rekordhöhe,[1] die allerdings sehr bald nur noch auf der Hälfte gehalten wurde. Diese Effektivüberschüsse, zu denen sich — namentlich im Weingeschäft — solche in ebenfalls erheblicher Höhe zugesellten, waren nicht nur zur Aufrechterhaltung der Umsatzdividende erforderlich, sondern dienten auch dem Ausgleich von Minus-Geschäften[2] im Textilwaren-, Schnittwaren- und Schuhgeschäft, in denen jedoch die Verteilungsstellenmankos eine gewisse Rolle spielten. Dies verhinderte vor allem die Konzentration der Bäckereibetriebe im Sinn des Bezirkskonsumvereins.

2. Getreide- und Schrotmühlen

Die Getreidemühlen sind infolge des starken Überseebezugs im allgemeinen zu den Zukunftsaufgaben der Großeinkaufsgesellschaft zu zählen, was auch Cassau[3] betont. In größeren Vereinen ist die Umsatzfrage, auch hinsichtlich der Schrotmühlen, gelöst, was die Rentabilität der bestehenden Mühlen erweist. Jedoch ist die erforderliche Kapitalintensität zu groß, um eine weitere Errichtung von Mühlenbetrieben auf bezirklicher Grundlage zu gewährleisten.

3. Die Fleischerei

Die Viehbeschaffung einiger — allerdings nicht aller — Genossenschaftsfleischereien größerer Städte erfolgt heute noch durchaus unter Benutzung des Viehgroßhandels. Dieser ist in diesem Fall das zunächst nicht völlig

---

[1] Dies hatte sich — entgegen der Theorie von Schär — in der Bewegung des Backwarenumsatzes nicht nachteilig bemerkbar gemacht.

[2] Deren Bilanzkonto verzeichnete zwar einen Erübrigungssaldo; dieser reichte jedoch nicht zur Deckung der Rückvergütung vom Umsatz dieser Abteilung aus.

[3] A. a. O., S. 124.

entbehrliche Organ zur Zusammenstellung der Qualitäten. Dadurch wird nicht nur der Einkauf erheblich vereinfacht; sondern der kollektierende Großhändler übernimmt als Großschlächter auch häufig das Schlachten selbst und liefert dann nur das Fleisch, das vom Fleischereihauptlager der Genossenschaft teilweise direkt in den Detailverkauf kommt und teilweise als Rohmaterial für die Wurstfabrikation usw. verwendet wird. Es ist zwar auch hier eine starke Strömung zur Ausschaltung des Zwischenhandels vorhanden; allgemeine Erfolge lassen sich, über die Beseitigung der obigen Schlächterfunktion des Großhändlers hinaus, noch nicht übersehen.

In der Beurteilung der genossenschaftlichen Fleischereien ist zu unterscheiden:

a) Kleiner Fabrikationsbetrieb, meist auf Schweinemetzgerei (wöchentlich unter 20 Schweine) beschränkt, ohne Spezialverteilungsstellen; die Wurst spielt hier die Hauptrolle. Letzteres ist in den Kleinfleischereien von zirka 15 sächsischen Vereinen alleiniger Zweck gewesen. Hier ist der Betrieb sehr einfach, sofern überhaupt Gesellen ständig beschäftigt werden; Materialreste entstehen nicht, und nennenswerter Kapitalaufwand ist nicht erforderlich.

b) Als Vorstufe zum eigentlichen Fleischereigroßbetrieb [1] der Hamburger „Produktion" und des Konsumvereins Leipzig-Plagwitz ist für die Gegenwart der Gefrierfleischabsatz anzusehen. Auch dieser weist kein einheitliches Bild auf. Es gibt Vereine, die, wie die Hamburger „Produktion", außergewöhnliche Erfolge zu verzeichnen haben, andererseits erlitten eine kleine Anzahl Vereine Mißerfolge. Dies kann größtenteils auf die Verschiedenheit der technischen Einrichtungen zurückgeführt werden. Ein Verein mit erstklassigen Fleischerei-Kühlanlagen im Hauptlager, sowie guten Kühlgelegenheiten in den Fleischverteilungsstellen, mit sachkundig eingearbeitetem Personal und günstigem Einkauf bringt naturgemäß ganz andere Qualitäten heraus als ein ungeeigneter Betrieb. Die imposante Vermehrung der Schlächterläden in der Hamburger „Produktion" war u. a. der hervorragenden Qualität des importierten Gefrierfleisches und dessen erheblicher Preisdifferenz im Vergleich zum Inlandsfleisch (25 bis 35 Prozent) zuzuschreiben; die Gleichung der „Produktion" im Geschäftsjahr 1924: Durchschnittumsatz des Kolonialwarenladens + Durchschnittsumsatz des Brotladens = Durchschnittsumsatz des Schlachterladens (die drei Verteilungsstellengruppen als Durchschnittsgrößen berechnet) hatte sich bereits im Geschäftsjahr 1925 erheblich zugunsten des Fleischwarenumsatzes verschoben. Die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine hat 1921, der Privatwirtschaft weit voraus, den deutschen Gefrierfleischkonsum großzügig eingeleitet und im selben Jahr die Fachberatungsstelle für genossenschaftliche Fleischversorgung organisiert. Diese hat die Aufgabe, für die Einrichtung der Fleischverteilungsstellen, die Behandlung des Gefrierfleisches, die Schulung des Personals und für die Betriebsführung,

[1] Den historischen Gesamtüberblick gibt Cassau, a. a. O., S. 48 ff. — Eine zusammenfassende Erörterung aller gegenwärtigen Betriebsfragen gibt die Schrift der Fachberatungsstelle für konsumgenossenschaftliche Fleischereibetriebe: „Die genossenschaftliche Fleischversorgung unter besonderer Berücksichtigung des Gefrierfleischvertriebes", Hamburg 1925 (herausgegeben von der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine).

namentlich für die Kalkulation, in den einzelnen Vereinen in modernster Art Sorge zu tragen. Den Vereinen werden von Hamburg aus technische und kaufmännische Spezialsachverständige zur Verfügung gestellt, die darüber hinaus die elementarsten Voraussetzungen der Aufnahme des Fleischereiproduktionsbetriebs vorbereiten. Unter sehr fruchtbarer Mitwirkung der Fleischberatungsstelle befaßten sich noch 1921 die Vereine Bielefeld, Lübeck, Magdeburg, Aschersleben und Leipzig in größerem Ausmaß und günstigem finanziellen Ergebnis mit der Gefrierfleischversorgung ihrer Mitglieder; es konnten trotz billigen Preisen die Durchschnittsrückvergütung und dazu noch Plusbeträge erzielt werden. Dieser Vorgang ist für die Würdigung der Fleischereieigenproduktion äußerst wichtig. Die Voraussetzung der Fleischereiproduktion überhaupt (die durch erheblich billigere Preise bei modernem Betrieb gegebene Konzentration und Sicherheit des Absatzes) ist ermöglicht durch einen ausreichenden Gefrierfleischimport, der von der Großeinkaufsgesellschaft mit Spezial-(Kühl-)Waggons geleistet wird. Die Gefrierfleischversorgung ist jedoch in ihrer preispolitischen Wirksamkeit, speziell für die Konsumgenossenschaft, in Frage gestellt durch die ab 1. Oktober 1925 in Kraft getretene Kontingentierung der Einfuhr auf 102 000 t;[1]) die über das Dreimonatskontingent importierten Mengen werden mit einem Zoll von 45 Reichsmark per 100 kg belastet. Unabhängig von der jeweiligen Handhabung in der Ausgabe von Kontingentscheinen durch das Reichsministerium für Ernährung und Landwirtschaft wird dadurch eine dauernde wesentliche Preisannäherung an die Inlandsprodukte eintreten.

Lübeck ist für die Verbindung des Gefrierfleischabsatzes mit der Eigenproduktion von Fleischwaren ein gutes Beispiel. — Die genossenschaftlichen Erfolge zwangen auch die Privatwirtschaft, Ende 1921 ihre Vorurteile zu ändern. Auf die erwähnten Vereine folgten 1922 der „Vorwärts" in Bremen, ferner Berlin, Köln, Elberfeld und Düren, mit denselben Ergebnissen. Überall war es möglich, wie die Fleischberatungsstelle erklärt, Gefrierfleisch in tadellosem Zustand abzugeben, da überall den Anweisuugen der Fleischberatungsstelle entsprochen wurde. Die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine berichtet von einem ständigen Zunehmen des Gefrierfleischumsatzes der einzelnen Vereine seit der Einführung der Rentenmarkwährung (im Jahre 1924 kamen 20, im Jahre 1925 bereits 50 Vereine in Betracht).

Mit dieser kurzen Skizze sind auch zugleich die Schwierigkeiten des Fleischereigroßbetriebes angedeutet; diese sind in den heutigen Großbetrieben meist gelöst, kommen jedoch für Neuerrichtungen immer wieder in Frage. Das speziell Betriebstechnische ist dabei besonders problematisch, wie das Connewitzer Beispiel zeigte; es löst sich jedoch nur in Persönlichkeitsfragen auf, denen heute — im Vergleich zur Vorkriegszeit — infolge vorhandenen Angebots geeigneter Kräfte, nicht mehr dieselbe Bedeutung zukommt. Einkaufsmethoden, tägliche (den geringsten wirtschaftlichen Vorgang erfassende),

[1]) S. hierüber auch die Protest-Resolution — von Hugo Bästlein eingebracht — angenommen auf dem 23. ordentlichen Genossenschaftstag des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 14. bis 17. Juni 1926 in München.

der Konjunktur angepaßte Kalkulation, im Zusammenhang mit beweglicher Kontrolle, die das Manko unmöglich macht, zuverlässig ausgebildetes Personal, — all dies ist kein unbedingtes Hindernis. Die objektiven Grenzen bestehen vielmehr in den Umsatzmöglichkeiten und in der Kapitalbeschaffung. Die Aufnahme der Fleischereifabrikation setzt erheblich akkumulierte Betriebsmittel voraus, da technisch überlegene Betriebsanlagen sehr hohe Kapitalkraft erfordern und der Kapitalumschlag sich mit dem Bäckereibetrieb nicht vergleichen läßt. Nach dem Aufbau der Betriebsmittel ist die allgemeine Einführung des Fleischereigroßbetriebs in Bezirkskonsumvereinen zu erwarten. Den weitaus günstigsten Fleischwarenumsatz erzielte im Geschäftsjahr 1925 die Hamburger „Produktion" mit 134,84 Reichsmark pro Mitglied, während der Konsumverein Leipzig-Plagwitz nur mit 64,14 Reichsmark pro Mitglied abschloß; in beiden Ziffern ist jedoch der Großabsatz inbegriffen. Hierbei ist das um ein halbes Jahr spätere Ende des Geschäftsjahres der „Produktion" zu berücksichtigen; auch die Arbeitslosigkeit und die allgemein gesunkene Kaufkraft der Mitglieder drückt in Leipzig, gemäß der sächsischen Lebensweise, auf den Fleischwarenumsatz ungleich stärker als in Hamburg.

Zur Erzielung ausreichender Fleischwarenumsätze sind Bezirkskonsumvereine größten Stils erforderlich, andernfalls müßten regionale Fleischereizentren errichtet werden. Die Fleischwarenlieferung eines einzelnen Vereins an benachbarte Konsumgenossenschaften ist kein Allheilmittel und versagt namentlich bei mangelnder Kapitalflüssigkeit, was sich z. B. in der Hamburger „Produktion" — verstärkt durch bedeutende Neuinvestierungen von Anlagekapital — in dem relativen Rückgang des Versandgeschäfts und des Verkaufes an Großabnehmer im Verhältnis zum Verteilungsstellenumsatz äußert.

4. Die Kaffeerösterei

Auch für lokale Kaffeeröstereien gilt die Notwendigkeit hoher Umsätze in weitgehendem Maße; nur der technisch überlegene Großbetrieb eines Bezirkskonsumvereins hat Berechtigung, da nur durch ihn das Maximum an Rentabilität gewährleistet ist. Der Kapitalaufwand ist hier ebenfalls bedeutend, da die Rohkaffeebestände sehr hoch sind. Ist ein Verein zur Errichtung der Großrösterei zu klein, so ist nach unserer Formel der Güterbezug von dem Röstwerk der Großeinkaufsgesellschaft vorzuziehen.

5. Die Teigwarenfabrik

Die lokale Teigwarenproduktion ist streng genommen ein Übel, denn sie ist naturgemäß ein Gegenstand zentraler Betätigung. Die hohen Ertragsmöglichkeiten (die in der Teigwarenfabrik der Großeinkaufsgesellschaft jedoch noch höher sind) waren namentlich in Süddeutschland im Rahmen unmittelbar distributiver Zwecke ein Grund der Errichtung solcher Betriebe. Dabei sind jedoch besondere lokale Umstände zu erwägen. Es kam häufig minderwertige private Schleuderware auf den Markt; unter solchen Umständen konnte sich insbesondere in mittleren Vereinen nur ein lokal genau bekanntes Produkt ein Höchstmaß an Geltung verschaffen, falls genossen-

schaftliches Verbraucherbewußtsein in den Mitgliedern (s. § 6) noch nicht genügend entwickelt war.

6. Die Limonadenherstellung und Destillation

Diese Fabrikationen, nebst Bierabfüllereien, sind auch für mittlere Konsumgenossenschaften gut geeignet, da die Kapital- und Umsatzerfordernisse nicht notwendig den Großbetrieb bedingen, dagegen die Erträge meist sehr hoch sind.

7. Die Molkerei

Aufgabe der konsumgenossenschaftlichen Molkerei ist neben der Sammlung und Verteilung der Milchmengen, mit allen Qualitätssicherungen des Großbetriebs, die Verarbeitung zu Butter und Käse. Letzteres ist eine Aufgabe der Großeinkaufsgesellschaft. Der ganze Fragenkomplex ist noch im Versuchsstadium. Die Molkerei der Hamburger „Produktion" ist eine Ausnahmeerscheinung; sie wurde 1912 erworben und dem Gut Schwanheide als selbständiger Betrieb angegliedert, sowie 1921 durch eine weitere große Anlage in Hamburg ergänzt. Bemerkenswert für die erstere Anlage sind die im damaligen Kaufpreis inbegriffenen, zehn Jahre laufenden Milchlieferungsverträge mit den Landwirten der Umgegend. Erwähnenswert ist ferner die Interessengemeinschaft (1921) der „Produktion" mit den größeren Meiereien gegen den Kleinhandel, der Milchverträge über seinen tatsächlichen Bedarf hinaus abgeschlossen hatte und dadurch fast durchweg schlechte Qualitäten mit Schleuderpreisen absetzte. Ziel der Interessengemeinschaft war „eine durchgreifende staatliche Kontrolle unter Mitwirkung des Handels".

Die Milchumsätze der „Produktion" erreichten zwar auch 1925 nur zirka den fünften Teil der Milchumsätze des Allgemeinen Konsumvereins Beider Basel, sind aber sehr entwicklungsfähig, was vom letzteren, trotz noch hochwertigerer Qualitäten, gegenwärtig nicht behauptet werden kann.

8. Die Möbelfabrik

Diese eignet sich wiederum nur für kapitalkräftige Bezirkskonsumvereine, die über einen reichlichen und gesicherten Auftragsbestand verfügen können. Bekannt sind die Betriebe der Hamburger „Produktion" und des Bielefelder Konsumvereins, die sich aus kleinen Tischlerei-Nebenbetrieben zu ihrer heutigen Größe entwickelt haben. Ein weiterer ähnlicher Produktionsbetrieb fehlt in Deutschland völlig.

9. Die übrigen Produktionsbetriebe

Diese umfassen Wein- und Mostkeltereien, Krautschneidereien, Räuchereien, einschließlich Heringsräuchereien, sowie Gurkeneinlegereien usw. Sie setzen besonderee lokale Eigentümlichkeiten voraus.

Die Betriebszweige lokaler Eigenproduktion entsprechen kurz zusammengefaßt den örtlichen Grenzen der Kapitalbeschaffung und der Umsatzentwicklung. Bei feststehender Tendenz zum Großbetrieb und entsprechendem Kapitalbesitz ist also die lokale Ersetzbarkeit des äußeren Tauschverkehrs durch den

Umfang und durch die Möglichkeiten des inneren Tauschverkehrs bestimmt; unser Prinzip des maximalen Verbrauchs hat sich damit ökonomisch bewährt. Wird über diese Grenze hinaus Art und Umfang der lokalen Eigenproduktion forciert, so muß notwendig der Rahmen des inneren Tauschverkehrs gesprengt werden; er wird ergänzt durch äußeren Detail-Tauschverkehr: grundsätzlichen Verkauf an Nichtmitglieder. So die Hamburger „Produktion"; im Geschäftsjahr 1925 betrug dort der Anteil des rückvergütungsberechtigten Mitgliederumsatzes 88 Prozent des gesamten Detailumsatzes; der Gesamtumsatz enthielt dagegen 8,75 Prozent Großverkäufe. Diese durchaus nicht wesentlichen Abweichungen von den Regeln des inneren Tauschverkehrs sind für die Würdigung (s. § 4) wichtig. In der Beurteilung solcher relativ gesteigerten Kapitalanlagen ist bezüglich der „Produktion" z. B. die Nährmittelfabrik und chemische Abteilung besonders zu beachten. Dieser Betrieb besteht ebenfalls, wie Teigwarenbetriebe mittlerer Vereine, neben ziemlich gleichartigen Betrieben der Großeinkaufsgesellschaft, ist jedoch aus ganz anderen Ursachen entstanden, nämlich aus der Unentbehrlichkeit einer eigenen größeren chemischen Abteilung, die durch Herstellung von Nährmitteln vor der unwirtschaftlichen Rolle eines reinen Unkostenfaktors behütet wurde. — Im Grunde genommen dasselbe Beispiel wie die von Heinrich Kaufmann zu ihrer jetzigen Höhe geführte Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine.

c) Die zentrale Eigenproduktion

Die zentrale Eigenproduktion ergibt sich als tunlichste Ersetzung des äußeren Tauschverkehrs der Großeinkaufsgesellschaft. [1]

Die bemerkenswertesten Möglichkeiten der zentralen Eigenproduktion (Fabrikbetrieb) sind folgende:

1. Verbrauchsgüter

Der Fabrikbetrieb in richtiger Standortsverteilung [2] ist bei entsprechender Kapitalkraft ohne weiteres möglich für Teigwaren, Fleischwaren, Zuckerwaren und Schokolade, Fischwaren, Gemüse und Obstkonserven, Tabakwaren. Nährmittel, Malzkaffee, ferner für Massenartikel, wie Senf, Essig und Hefe; der Betrieb von Getreide- und Schrotmühlen ist außerdem hervorzuheben. Eine mehr oder weniger starke Bindung an landwirtschaftlichen Grundbesitz bedingen Margarine, Butter und Käse, jedoch ist eine Erfassung der zerstreuten Kleinbetriebe in der Umgebung durch Lieferungsverträge zunächst wirtschaftlicher. Auch die Zuckerfabrik ist keine Unmöglichkeit, wenn sie auch in Deutschland gegenwärtig nicht konkret erwogen wird.

Die zentrale Eigenproduktion macht also bezüglich der Verbrauchsgüter in der Fertigwarenindustrie zunächst Halt, ohne entscheidend zur Urproduktion vorzudringen. Dasselbe gilt von

---

[1] Die Geschichte der Eigenproduktion behandelt u. a. August Müller in seinem Buch über die Seifenfabrik der Großeinkaufsgesellschaft: s. ferner die Zusammenfassung von Cassau, a. a. O., S. 97 ff.

[2] Auch für die Großeinkaufsgesellschaft finden die entsprechenden Leitsätze in Alfred Weber's Standortslehre der Industrie volle Anwendung.

2. Gebrauchsgüter

In Betracht kommen vor allem Seife, chemische Artikel, Zündholz und Bürstenwaren, die Textilwaren, Schuhwaren, Möbel und Särge, sowie Lederwaren. Die englische Großeinkaufsgesellschaft betreibt darüber hinaus auch Metallwarenfabriken, einschließlich Fahrrad, Motorrad und Automobil; diese Betriebe sind, wie noch die ein halbes Dutzend übersteigenden Spezialbetriebe, im wesentlichen von Produktivgenossenschaften übernommen worden und haben bis heute der Privatindustrie gegenüber keinen wesentlichen Umfang erlangt. In der internationalen Genossenschaftsbewegung wurde die Übernahme eines Kohlenbergwerks durch die englische Großeinkaufsgesellschaft sehr beachtet, denn es handelt sich um den (bezüglich der überseeischen Teeplantagen voll geglückten) Versuch, durch Eroberung der Urproduktion nicht nur den Brennmaterialbedarf der Mitglieder, sondern den sehr erheblichen Betriebsverbrauch zu decken, also in diesem Fall den äußeren Tauschverkehr zu überwinden. Jedoch ist das Kohlenbergwerk geeignet, gegenüber den reinen Enthusiasten die wirtschaftlichen Belange sprechen zu lassen: Die Übernahme von Betriebszweigen ist volkswirtschaftlich nur berechtigt, wenn der neue Betrieb den Aufwand senkt, welcher vor der Errichtung für die Privatlieferung zu leisten war. Dasselbe muß bezüglich der Transportdampfer der englischen Großeinkaufsgesellschaft betont werden. Beide Abteilungen haben entweder diesen Erfolg überhaupt nicht (Dampfer), oder nur unwesentlich (Kohlenbergwerk) gebracht; ihre Aufnahme erklärt sich lediglich aus dem Anlagebedürfnis des bedeutenden englischen Genossenschaftskapitals. Der englische Weg ist immerhin grundsätzlich richtig: Tunlichste Zentralisation der lokalen Genossenschaftskapitale, einschließlich der Spareinlagen; jedoch zum Zweck der Ausschaltung sämtlichen direkten wie indirekten äußeren Tauschverkehrs der nationalen Großeinkaufsgesellschaften auf der weltwirtschaftlichen Basis einer internationalen Großeinkaufsgesellschaft. Vorbereitung dazu bedeuten die britischen Einkaufsorganisationen in der Welt; ein Umsatz internationaler Größe mit entsprechenden Kapital- und Produktionsmöglichkeiten würde dann eine überlegene Rentabilität sichern.

Durchführbar für die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine ist indessen der Wohnungsbau; die Schaffung von Wohnungskolonien wird sehr wahrscheinlich in den nächsten Jahren greifbare Gestalt gewinnen.

3. Mittelbare Güter

Die Ausschaltung des indiretten äußeren Tauschverkehrs hat auch in den nationalen Großeinkaufsgesellschaften bereits begonnen, allerdings in den bescheidensten Grenzen. An sich enthält auch der Übergang zur Urproduktion noch nicht die völlige Ausschaltung, denn hier kann die Beschaffung der Werkzeuge, Maschinen usw. in modernen Betrieben einen sehr erheblichen Umfang einnehmen. Die mittelbaren Güter sind zu trennen in

a) Errichtung von Produktionsbetrieben der Großeinkaufsgesellschaft für ihren internen Betriebsge- oder -verbrauch, sowie für denjenigen der angeschlossenen Vereine. Deutsche Beispiele: Die sehr modernisierte Holz-

industrie Dortmund der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine fertigte im Geschäftsjahr 1925 10,81 Prozent ihres Umsatzes für den internen Bedarf der „geg"-Betriebe, sowie 66,44 Prozent des Umsatzes (94 Einrichtungen für Kolonialwarenverteilungsstellen, sowie 2 Warenhausausstattungen) für die einzelnen Vereine. Die Kistenfabrik (einschließlich Sägewerk) in Gröba fertigte nur für die Betriebe der Großeinkaufsgesellschaft; hier sind indessen dezentralisierte Methoden nicht ausgeschlossen: Die Fischwarenfabrik in Altona stellt ihre Kisten selbst her.

In diesem Zusammenhang ist noch ein Teil des Umsatzes der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine zu erwähnen.

b) Errichtung von Produktionsbetrieben der Großeinkaufsgesellschaft zwecks Herstellung von Rohstoffen, die, in eigenen Betrieben weiterverarbeitet, an das Mitglied abgesetzt werden. Beispiele wären: Auf umfangreichem Grundbesitz basierende Molkereibetriebe, international betrieben, um den Sortenaustausch von Käse und Butter wirtschaftlicher zu gestalten.

Zusammenfassend ist zu urteilen: In der zentralen Großeinkaufsgesellschaft erscheinen die konsumgenossenschaftlichen Grundsätze am reinsten, soweit nicht zwangsläufige Einflüsse hemmend einwirken. Letzteres gilt auch bezüglich der Übernahme von Produktivgenossenschaften durch die Großeinkaufsgesellschaft. Diese Genossenschaften hatten feste Lieferantenbeziehungen zu Konsumgenossenschaften; es war deshalb für die Sicherung des Umsatzes geboten, sie unter zentraler Leitung fortbestehen zu lassen. Das behinderte jedoch die richtige Standortswahl und teilweise auch die Rentabilität. Durch Hebung der Betriebsanlagen auf den neuesten Stand der Technik sind die Übel meist gemildert worden. Der Umsatz dieser Betriebe steht jedoch nach wie vor hinter dem Umsatz der anderen Eigenproduktionsbetriebe zurück.

Die wirtschaftspolitischen Aufgaben der Konsumgenossenschaften werden in der Literatur häufig mit der Gegenüberstellung der Produzentenmonopole und der Konsumentengenossenschaften umrissen, mit der diesbezüglichen Herausarbeitung besonderer Aufgaben der Konsumvereine im Unterschied zu privaten Warenhäusern. Das ist nicht selten in Schlagwörter ausgeartet, hinter denen keine präzise Erkenntnis zu finden ist. Das Monopol kann in der konsumgenossenschaftlichen Theorie nicht einheitlich behandelt werden. Erfüllt die Konsumgenossenschaft reine Vermittlungsaufgaben, so sieht das Problem ganz anders aus als im Fall der Eigenproduktion. Für diejenigen Produktionszweige, die durch Eigenbetriebe erschlossen werden können, tendiert die Entwicklung durchaus zur Sprengung der betreffenden Monopolbildung, also auf Wiedereinführung der freien Konkurrenz, in der die niedrigsten Betriebsunkosten neben höchster Qualitätsleistung den endgültigen Erfolg entscheiden werden. Es besteht theoretisch durchaus die Möglichkeit, das Privatkapital aus der Fertigwarenindustrie zu verdrängen. Je weiter die Betrachtung indessen zur Urproduktion fortschreitet, desto deutlicher ändern sich die Aufgaben: Die Konsumgenossenschaft wirkt nur preissenkend, ohne die Entwicklung des Monopols in Frage zu stellen. Auch dies kann nicht auf die Gegensätzlichkeitsformel gebracht werden.

3. Das Problem genossenschaftlicher Produktionskartelle

a) Im weiteren Sinne

Die tatkräftige Entwicklung der Konsumgenossenschaften bedingt — so paradox dies zunächst erscheinen mag — eine Sicherung des Zwecks der Werkkonsumvereine auf höherer Basis. Die Direktoren der Schwerindustrie beginnen in diesem Fall die genossenschaftlichen Preisleistungen einzusehen und erwarten davon für die Zukunft eine Milderung der Lohnkämpfe, da der Reallohn steigt. Voraussetzung ist allerdings die Fusion der Werkskonsumanstalt mit der Konsumgenossenschaft; diese Frage birgt, trotz der Gegenwart, in der Zukunft keine grundsätzlichen Schwierigkeiten. Für unser Problem ergibt sich daraus eine aussichtsreiche Folgerung. Wenn dem Direktor eines Kohlenbergwerks durch Zahlen der Nachweis erbracht wird, daß das Realeinkommen seiner Arbeiter und Angestellten durch die Tätigkeit der Konsumgenossenschaft erhöht wurde, so hat er seinerseits die Aussicht, den künftigen Lohnfonds sowie die sozialen Belastungen relativ geringer erhöhen zu müssen; er muß deshalb auf die Dauer dafür zu gewinnen sein, in den Lieferungen von Hausbrandartikeln, sowie in der Deckung des Betriebsbedarfs der Konsumvereine gegenüber dem künftigen Kohlengroßhändler: Großeinkaufsgesellschaft preissenkend zu verfahren. Daraus kann sich leicht eine stille Interessengemeinschaft bilden, wenn die Großeinkaufsgesellschaft als Absatzfaktor derart gewachsen ist, daß der Schwerindustrielle sich sagen muß: es geht nicht ohne sie. Wenn der Roheisenindustrielle sich mit seinem französischen Interessenfeind an den Tisch setzt und rechnet, warum sollte denn nicht ein Vertragsverhältnis von Industriegruppen mit den Konsumgenossenschaften in der Zukunft zustande kommen? Wir bezeichnen solche Produktionskartelle der Zukunft als Produktionskartelle i. w. S., weil sie zwar den Privathandel umgehen, aber mit keiner Genossenschaft abgeschlossen sind, vielmehr erst durch ihre Beziehungen zu den Betriebsaufgaben der Konsumgenossenschaft Bedeutung erlangen.

b) Im engeren Sinne

Es handelt sich um das Ziel umfassender Lieferungsverträge der Konsumgenossenschaften mit den landwirtschaftlichen Absatzgenossenschaften. Als landwirtschaftliche Absatzgenossenschaften kommen insbesondere in Betracht: Molkereigenossenschaften, Getreideabsatzgenossenschaften und Viehverwertungsgenossenschaften, ferner Genossenschaften für den Absatz von Obst, Geflügel, Eier, Zucker, Honig, Stärke und Spiritus. Daneben kommen ländliche Produktivgenossenschaften, insbesondere Winzer- und Brennereigenossenschaften, in Frage. Der Weg dazu ist durch unsere Ausführungen vorgezeichnet; unsere Theorie hat auch hier ihre Anwendbarkeit zu erproben. Sämtliche Verträge müssen der Idee der organisierten Konsumgenossenschaft, also der Aufhebung des äußeren Tauschverkehrs, entsprechen. Das bedingt notwendig eine gemeinsame Organisation, d. h. ein zentrales Syndikat der städtischen und ländlichen Genossenschaften. Dieses Syndikat hätte Deutschland in eine

Anzahl Einkaufszentren einzuteilen, die unter zentraler Oberleitung ein vereinbartes Warenminimum zusammenstellen und die Mengen teils über die Großeinkaufsgesellschaft, teils direkt an die Bezirkskonsumvereine verkaufen. Diese gemeinsame Organisation ist das A und O der Lösung des ganzen Problems; das war der elementare Eindruck des Verfassers während einer Studienreise im Sommer 1924, welche ihm die hochentwickelte Organisation des Verbandes ostschweizerischer landwirtschaftlicher Genossenschaften vor Augen führte.

Dieser Grundgedanke wird vollauf bestätigt durch den bedeutenden Entwurf des französischen Genossenschafters Garbaldo, des Direktors der französischen Großeinkaufsgesellschaft, und seine Besprechung durch Angé-Laribé.[1]

Ein grundlegendes Erfordernis ist der Ein- und Verkauf bester Qualitäten zu Marktpreisen; diese müssen nach Rücklegung assoziativer Sparleistungen des Syndikats pro rata der Ein- bezw. Verkäufe durch das Syndikat verteilt werden. Der Großhandel als durchaus unentbehrliches Zwischenhandelsinstitut wird also nicht ausgeschaltet, wohl aber sein Privatgewinn.[2] Auch das kommt in dem Entwurf von Garbaldo zum Ausdruck. In der Kritik dieses Entwurfs, vor allem in der erwähnten Besprechung, wird, entgegen dem Marktpreis, der Selbstkostenpreis als Ausgangspunkt des Erzeuger- (also in diesem Fall des Einkaufs-) preises zu begründen versucht. Zwar sind die schlechten Erfahrungen in Frankreich, selbst bei langfristig abgeschlossenen Lieferungsverträgen, (bei wechselnder Konjunktur und entsprechender Konjunktur in der Vertragstreue) bekannt; die Idee des „gerechten Preises" ist jedoch in der Geistesverfassung des französischen Produktiv- und Konsumgenossenschaftswesens zu fest begründet, um auf absehbare Zeit erfolgreiche Abweichungen erwarten zu lassen. Immerhin folgte aus dieser Einstellung eine stärkere Beschäftigung mit Syndikatsplänen, vor allem auch seitens der französischen landwirtschaftlichen Produktivgenossenschaften, die es in derselben Struktur in Deutschland gar nicht gibt.

Es kann allerdings, z. B. im Weinbau, eine negative Differenz zwischen Selbstkostenpreis und Marktpreis entstehen. In diesen Fällen darf jedoch nicht Bezug genommen werden auf den einzelnen Durchschnittslandwirt und

---

1) S. Revue des Etudes Coopératives, V, 17, ebenso: Konsumgenossenschaftliche Rundschau, Nr. 9 vom 27. Februar 1926.

2) In Deutschland wird die Position des privaten Großhandels durch den unzureichenden Produktionssaldo der Landwirtschaft, welcher entsprechenden Import bedingt, wesentlich gestärkt. Die landwirtschaftlichen Verwertungsgenossenschaften — soweit sie überhaupt als leistungsfähig und zahlreich genug bezeichnet werden können — sind im Gegensatz zu Dänemark meist ganz passive Institute, die nicht den Abnehmer suchen, sondern umgekehrt den Händler herankommen lassen, im Unterschied vor allem zum voll „marktfähigen" Großgrundbesitzer; nur dieser kann bis heute als vollwertigster Warenproduzent gelten. Hieraus erklärt sich die relative Abnahme des Bezugs der Großeinkaufsgesellschaft und der einzelnen Vereine von den landwirtschaftlichen Genossenschaften, ausgedrückt in Prozenten des Gesamtbezugs von der deutschen Landwirtschaft. Eine Statistik hierüber, welche die Entwicklung bis zum Jahre 1925 erfaßt, findet sich in dem erwähnten Jahresbericht des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine für 1925, Hamburg 1926; ferner finden sich im ersten Band des Jahrbuches des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, 1914, zutreffende Untersuchungen von Heinrich Kaufmann über die wichtigsten Fragen des Güterbezugs von der Landwirtschaft.

seine Unfähigkeit, die Selbstkosten kalkulatorisch zu erfassen, vor allem seine etwaigen effektiven Verluste buchmäßig auszuweisen, sondern: Die Kalkulation (in taxierten Durchschnittswerten) und darüber hinaus die Sicherung der Rentabilität ist Aufgabe der landwirtschaftlichen Genossenschaft. Diese hat in erster Linie aus ihren eigenen Reserven solche Differenzen dem Mitglied tunlichst zu ersetzen. Darüber hinaus wäre es allerdings auch Aufgabe des Syndikats, aus seinen Reserven dem Lieferanten in den Preisen entgegenzukommen. Das Syndikat muß dem Erzeuger etwas höhere Preise bezahlen — es kann aber zugleich entsprechende Qualitätsansprüche stellen — und trotzdem bei raschem Umschlag der Konsumgenossenschaft günstiger liefern. Voraussetzung dazu ist allerdings hohe Kapitalkraft. Aus diesem Grunde ist der ganze Plan auch noch nicht spruchreif. Es werden deshalb, insbesondere in Frankreich, trotz höherer Bereitwilligkeit auf beiden Seiten, noch keine greifbaren Erfolge erzielt werden können. Die obige Lösung ist jedoch die alleinig mögliche. Sie befreit auch — mit genossenschaftlichen Mitteln — den einzelnen Landwirt und den städtischen Konsumenten von der Alternative: Entweder hoher Produzentengewinn oder niedrige Konsumentenpreise; sie bringt beide Pole grundsätzlich in ein harmonisches Interessenverhältnis und entlastet dabei den Landwirt von dem Konjunkturrisiko.

In Deutschland liegt die Lösung noch völlig im argen; es ist bis jetzt nicht der geringste Fortschritt erkennbar. Nur von Fall zu Fall kommen Lieferungsabschlüsse zustande. Die unbedingten Grenzen sind jedoch nur aus dem Mangel an Qualitätsprodukten in der jeweiligen inländischen Ernte herzuleiten: In Deutschland fiel z. B. allgemein die Qualität der Erbsenernte nicht befriedigend aus; schon aus diesem Grund konnte im Geschäftsjahr 1925 die Großeinkaufsgesellschaft nur einen Teil ihres Erbsenbedarfs durch landwirtschaftliche Genossenschaften decken.

Neben dem Syndikatsplan ist auch eine Erfassung nicht-genossenschaftlicher landwirtschaftlicher Großbetriebe möglich; Planmäßigkeit hat sich allgemein auch hier nicht entwickelt, da die Umsätze hierzu nicht ausreichten.

§ 4. Abweichungen und Fehlgebilde

I. Durch innere Ursachen

1. Anteilreste

a) Absolute Anteilreste (s. § 1)

b) Relative Anteilreste (s. § 1)

1. Geschäftsanteile werden durch die Rückvergütung überhaupt nicht ausgefüllt; von solchen Methoden sind die Vereine immer mehr abgekommen, denn sie sind lediglich bei gesicherter Volleinzahlung der Geschäftsanteile einwandfrei.

2. Trotz Auffüllung entsteht immet eine Distanz zwischen Nominalsumme der Geschäftsanteile und Einzahlung (relativer Anteilrest). Je stärker der Mitgliederzuwachs während des Geschäftsjahres, desto größer der Gesamtrest. Die Neueintritte verteilen sich mehr oder weniger gleichmäßig über das ganze Geschäftsjahr; je näher der Zeitpunkt des Eintritts an den Abschluß des Geschäftsjahres rückt, desto geringer die Begleichung (durch Rückvergütung und durch Zahlungen), desto höher also die Restschuld. Der relative Anteilrest enthält jedoch in der Regel auch Ausstände infolge des dauernden Minusumsatzes einer Anzahl Mitglieder, durch deren Rückvergütung die Begleichung erst in einigen Jahren erreicht werden kann (mangelnder Begleichungsbeitrag, oder: hinkende Deckung). Eine wichtige Aufgabe der konsumgenossenschaftlichen Preispolitik ist die Heranführung der Minusumsätze an die Begleichungsgrenze und die Steigerung darüber hinaus, wie auch die positive Ueberwindung des „Papiersoldaten".

Wie verschieden hoch der relative Anteilrest, je nach der Mitgliederbewegung und vielen anderen Ursachen, ist, zeigen folgende Beispiele (sämtliche Ziffern verstehen sich auf ein Mitglied). Die Warenbestände sind nur zur Illustration, nicht der Vollständigkeit halber, in den geeigneten Vergleichsjahren angeführt, ferner die bedeutenden Spareinlagen in der Hamburger „Produktion". Auch diese letzteren Ziffern sollen keinen vollen Erkenntniswert vermitteln; sie müßten zu diesem

Zweck in Prozenten des Umsatzes im eigenen Geschäft ausgedrückt werden; das geht jedoch hier über den Zusammenhang hinaus. Der relative Anteilrest muß ferner auch in Prozenten der kaufenden Mitglieder ausgedrückt werden; dies erfolgt unten für die Vorkriegsjahre der Hamburger „Produktion", da in dieser Genossenschaft der Prozentsatz der Nichtkäufer sehr hoch ist. Dabei ergibt sich für das Geschäftsjahr 1906 bezüglich der „Produktion", eine Anteilintensität von 0,30 Mark pro kaufendes Mitglied.

A) Stuttgart

Jahr	Geschäftsanteile	Relativer Anteilrest	Mitgliederzunahme	Reserven	Güterbestand	Zahl der Mitglieder, deren Anteilkonto noch nicht den Nominalbetrag aufwies	Mitglieder mit hinkender Deckung, in Prozent der Mitgliedschaft
1880	25,79	4,21	— 219	7,25			
1881	26,30	3,70	— 117	8,58			
1882	29,60	0,40	– 526	17,00			
1883	27,56	2,44	— 355	22.77			
1884	26,87	3,13	– 43	24,33			
1885	26,05	3,05	+ 221	23,53			
1886	25,22	4,78	+ 452	21,25			
1887	24,22	5,78	+ 927	17,17			
1888	25,31	4,69	+ 884	14,72			
1889	25,56	4,44	+ 950	12,89			
1890	25,36	4,64	+ 1333	10,94			
1891	26,09	3,91	+ 845	9,81			
1892	26,52	3,48	+ 504	9,24			
1893	25,57	4,43	+ 1217	8,10			
1894	25,59	4,41	+ 1008	7,28			
1895	26,37	3,63	+ 1041	6,65			
1896	26,11	3,89	+ 1171	6,06			
1897	25,46	4,54	+ 1846	5,32			
1898	26 03	3,97	+ 1207	4,92			
1899	26,24	3,76	+ 1003	4,64			
1900	25,97	4,03	+ 1218	5,17			
1901	26,65	3,55	+ 640	5,10			
1902	26,89	3,11	+ 124	5,17			
1903	26,31	3,69	+ 1218	5,45			
1904	26,34	3,66	+ 1473	5,90			
1905	25,90	4,10	+ 2006	7,00	59,00	5445	14,40
1906	26,22	3 78	+ 1683	7 36	66,00	5866	16,34
1907	26,90	3,10	+ 1340	7,00	65,52	5725	16,29
1908	27,53	2,47	+ 17	7,37	60,98	4925	18,23
1909	27,95	2,05	+ 323	7,49	61,60	4714	16,10
1910	27,60	2,40	+ 462	9,83	67,56	5019	16,44
1911	27,33	2,67	+ 995	9,38	62,74	5752	16,50
1912	27,00	2,90	+ 1306	10,24	59,89	5852	15,15
1913	27,23	2,77	+ 1019	9,63		6223	16,79

B) Hamburg

Jahr	Geschäftsanteile	Relativer Anteilrest	Mitgliederzunahme	Reserven inkl. Produktionsfonds usw.	Notfonds	Eigene Mittel	Güterbestand	Spareinlagen
1899	12,99	17,01	+ 4298	0,01	0,21	13,21	15,86	
1900	10,14	19,86	+ 4298	0,44	0,49	11,07		4,72
1901	11,56	19,44	+ 3494	1,14	0,81	13,51	14,58	11,79
1902	13,23	16,77	+ 2668	2,10	1,92	17,25	19,26	24,13
1903	14,22	15,78	+ 2921	2,41	3,54	20,17	17,63	34,97
1904	15,27	14,73	+ 2526	2,71	5,56	23,54	18,79	52,54
1905	16,27	13,73	+ 1796	2,85	7,66	26,78	15,88	66,09
1906	16,34	13,66	+ 2439	2,96	10,14	29,44	17,99	77,54
1907	15,34	11,32	+ 5003	2,97	11,30	29,61	24,00	102,70
1908	14,78	15,22	+ 7099	3,52	11,95	30,25	22,70	107,64
1909	14,77	15,23	+ 6777	3,49	12,28	30,54	22,64	104,15
1910	15,16	14,84	+ 7437	3,80	13,85	32,81	25,81	113,34
1911	15,39	14,61	+ 8618	3,84	14,76	33,99	23,14	120,46
1912	16,65	13,35	+ 5355	4,50	16,05	37,20	29,66	133,02
1913	17,44	12,56	+ 5132	4,46	16,08	37,98	26,62	135,06
1914	18,08	11,92	+ 6111	4,25	16,97	37,30	31,94	128,07
1915	14,63	15,37	+ 9299	3,29	14,29	32,21		92,16
1916	11,68	18,32	+ 15394	2,47	11,47	25,62		69,06
1917	12,58	17,42	+ 6462	2,54	13,94	29,06		85,43
1918	9,47	20,53	+ 1472	1,91	13,05	24,43		93,01
1919	19,58	10,42	+ 5389	0,41	2,97	22,96		23,31
1920	2,19	27,81	+ 8380	0,27	1,64	4,10		18,86
1921	13,43	16,57	+ 4353	0,13	0,92	14,48		13,08
1922	6,29	23,71	+ 11877	0,02	0,02	6,33		17 36
1923	4,19	25,81	— 5778	10,80	6,10	21 09		33,54
1924	5,17	24,83	— 1769	12,83	6,93	24,93	32,73	51,02
1925	9,13	20,87	+ 2935	14 88	7,62	31,63	39,15	87,98

Jahr	Anteil pro kaufendes Mitglied	Relativer Anteilrest	Anteilintensität
1889	21,00	9,00	
1900	16,03	13,97	
1901	22,00	8,00	
1902	25,52	4,48	
1903	24,16	5,84	
1904	25,11	4,89	
1905	28,56	1,44	
1906	30,30		0,30
1907	27,89	2,11	
1908	24,70	5,30	
1909	23,83	6,17	
1910	24,78	5,22	
1911	24,84	5,16	
1912	25,63	4,37	
1913	26,42	3,58	

C) Berlin

Jahr	Geschäftsanteile	Relativer Anteilrest	Mitgliederzunahme	Reserven	Eigene Mittel	Güterbestand
1900	10,00	10,00		0,54	10,54	12,02
1901	8,73	11,27	+ 832	0,84	9,57	17,83
1902	10,51	9,49	+ 981	1,27	11,78	13,80
1903	12,17	7,83	+ 2588	1,18	13,35	12,93
1904	13,04	6,96	+ 440	1,50	14,54	9,74
1905	14,13	5,87	— 287	1,73	15,86	11,10
1906	14,98	5,02	— 316	1,67	16,65	11,55
1907	11,53	8,47	+ 1159	1,81	13,34	10,04
1908	7,35	12,65	+ 4439	1,28	8,63	6,32
1909	7,98	12,02	+ 8951	0,02	8,00	10,76
1910	8,84	11,16	+ 8785	1,60	10,44	9,55
1911	9,20	10,80	+ 10466	1,57	10,77	11,64
1912	8,90	11,10	+ 22255	1,97	10,87	15,39
1913	10,50	9,50	+ 20477	2,29	12,79	13,44
1914	12,27	7,73	+ 9359	2,17	14,44	14,68
1915	12,89	7,11	+ 7781			
1916	11,45	8,55	+ 16172			
1917	10,71	9,29	— 2345			
1918	15,83	4,17	+ 2389			
1919	7,37	12,63	+ 5685			
1920	2,60	17,40	+ 18695			
1921	2,88	17,12	— 9269			
1922	0,84	19,16	+ 13740			
Dez. 1923	0,03	19,97	+ 17682			
„ 1924	3,21	16,79	+ 5724	7,05	10,26	11,03
„ 1925	4,67	15,33	— 8736	7,77	12,44	14,42

2. Gefährdete Anteile

a) Gänzliches Ausscheiden der Geschäftsanteilsumme aus der Güterbeschaffung. Dies ist häufig anzutreffen, hauptsächlich bei jungen Vereinen, die sich — meist freiwillig — auf Grundbesitz festgerannt haben und für den laufenden Warenbetrieb günstigenfalls Reserven, Spareinlagen, Hypotheken und Lieferantenkreditoren freibekommen.

b) Teilweises Ausscheiden der Geschäftsanteilsumme aus der Güterbeschaffung, dargestellt vor allem durch das Debitorenkonto der Bilanz. Die Borgwirtschaft ist es, die nach dem Krieg auf die verheißungsvolle Entwicklung der letzten Vorkriegsjahre einen jähen Rückschlag brachte. Borgwirtschaft ist die laufende Güterentnahme des Mitglieds in einem Zeitraum, unter Aufschub der Bezahlung bis zum Ende dieses Zeitraumes. Sie erscheint in zwei Arten:

aa) Allgemein: Die Mitglieder bezahlen sämtliche entnommenen Güter nur wöchentlich oder monatlich, mit gewissen Dauerschulden, die nach Ablauf des Geschäftsjahres durch die Rückvergütung mit annähernd, aber unsicherem Erfolg abgedeckt werden. Z. B.: Der Lagerhalter bucht laufend die ausgehenden Posten in ein Spezialkonto seiner Buchhaltung und entsprechend in das Holbuch des Mitglieds.

bb) Speziell: Die Mitglieder bezahlen ihren Winterbezug an Kohlen und Kartoffeln (in ländlichen Gegenden namentlich den Bezug von Futtermitteln) entweder nur ratenweise oder unter Aufrechnung der Sparguthaben und der Rückvergütung.

cc) Uneigentliche Borgwirtschaft: Vorübergehende Kleinaußenstände der Verteilungsstellen.

Ueber die Borgwirtschaft der Kleinhändler ist zusammenfassend zu urteilen: sie unterbindet die Dispositionsfähigkeit, sowie das Maximum an Verbrauch der Familie und ist deshalb das geeignetste Mittel, das Verbraucherbewußtsein zu bekämpfen. Dies ist das Gegenteil der ideellen Voraussetzungen des Konsumvereins, die wir noch kennen lernen werden. Die Pioniere von Rochdale haben das klar erkannt. Die Borgwirtschaft einer Konsumgenossenschaft schränkt außerdem die autonome Güterbeschaffung ein; sie entzieht der Geschäftsanteilsumme mindestens den Debitorenbetrag, belastet also einerseits die Mitglieder mit höheren Begleichungsleistungen, andererseits den Betrieb selbst mit Zinsverlusten, Mitgliedsdebitoren bedingen außerdem von vorneherein das Entstehen der Lieferantenkreditoren und damit die Abhängigkeit vom Privatlieferanten — das strikteste Gegenteil der autonomen Güterbeschaffung einer organisierten Konsumgenossenschaft —; damit schwächen sie auch das Prinzip des maximalen Verbrauchs, dessen Verwirklichung eng mit den Beschaffungsmöglichkeiten und mit dem Ausmerzen toter Posten in der Kalkulation zusammenhängt. Die Borgwirtschaft ist ferner der zäheste Förderer jeder Umsatzdividende, auf die unten einzugehen sein wird; sie erzieht die Mitglieder zur Dividendenpsychose.

3. Der Anteilzins

Die Verzinsung der voll einbezahlten bezw. aufgefüllten Geschäftsanteile erfolgt immer noch häufig; sie muß dann im Reinertragsverwendungsplan, nicht dagegen im Zinsenkonto erscheinen, da nach dem Gesetz nur ein jeweiliger jährlicher Beschluß der Vertreterversammlung bezw. der Geueralversammlung zulässig ist. Es ist zu betonen: Kein Anteilzins verletzt das Genossenschaftsprinzip, wenn er nicht ausbezahlt wird, sondern das Mitgliederguthaben systematisch erhöht. Gegen den Anteilzins muß allerdings ein grundsätzlicher Einwand mit dem Hinweis auf das Wesen der Beschaffungswerte erhoben werden. Das kommt auch in der erwähnten Kritik Hans Müller's zum Ausdruck und ist an sich richtig. Es wird jedoch hierbei die tatsächliche Spanne zwischen dem Gesamtumsatz (Detailumsatz im eigenen Geschäft) und dem Gesamtbetrag des rückvergütungsberechtigten Umsatzes nicht beachtet. Das darf die Praxis, sie muß es sogar tun, hinsichtlich der Kontrollaufgaben des Rollenmarkensystems der Verteilungsstellen.[1] Aber die Theorie darf es nicht, denn diese Dispositionsspanne beträgt heute noch in der Regel 4 bis 6 Prozent des Gesamt- (Detail-) Umsatzes. Aus unseren

[1] S. Heinrich Kaufmann, „Das Rollenmarkensystem für Konsumgenossenschaften", Hamburg.

eingehenden Erhebungen sei folgender Fall vorgetragen, der aus den Betriebsergebnissen einer bekannten süddeutschen Konsumgenossenschaft zu anderen Zwecken berechnet wurde.

Die Dispositionsspanne der einzelnen Umsatzgruppen hatte für die betreffenden Reinerträge folgende Bedeutung (ausgedrückt in Prozenten des rückvergütungsberechtigten Umsatzes der betreffenden Abteilung):

Jahr	Waren	Wein und Bier	Backwaren	Garn	Schuhwaren	Brennmaterialien	Teigwaren	Schnittwaren	Mineralwasser
1905	0,48	1,16	0,67	0,70	0,86	0,66			
1906	0,47	0,81	0,70	0,70	0,79	0,46			
1907	0,43	1,09	0,70	0,66	0,75	0,40	1,01		
1908	0,35	0,74	0,61	0,60	0,51	0,22	1,40		
1909	0,38	0,86	0,64	0,48	0,52	0,31	1,41		
1910	0,63	1,29	1,04	0,44	0,58	0,42	1,80		
1911	0,60	2,36	2,39	0,11	0,51	0,54	2,98	0,61	
1912	0,36	0,72	0,69	0,45	0,45	0,56	1,67	0,44	1,57
1913	0,47	0,90	0,98	0,38	0,33	0,64	2,33	0,42	1,34

Derjenige Teil dieser obigen Beträge, der rechnerisch zur Deckung der aufgewendeten Anteilzinsen in dieser Genossenschaft ausreichte, stellt sich (wiederum in Prozenten des rückvergütungsberechtigten Umsatzes der betreffenden Abteilungen) wie folgt:

Jahr	Waren	Wein und Bier	Backwaren	Garn	Schuhwaren	Brennmaterialien	Teigwaren	Schnittwaren	Mineralwasser
1905	0,29	0,70	0,45	0,41	0,25	0,37			
1906	0,27	0,72	0,39	0,41	0,45	0,26			
1907	0,26	0,66	0,41	0,40	0,44	0,24	0,37		
1908	0,24	0,52	0,43	0,42	0,36	0,15	0,98		
1909	0,31	0,69	0,50	0,37	0,41	0,24	1,11		
1910	0,31	0,81	0,65	0,28	0,37	0,26	1,12		
1911	0,27	1,09	0,69	0,05	0,23	0,25	1,37	0,29	
1912	0,25	0,42	0,48	0,32	0,32	0,35	1,17	0,31	1,16
1913	0,26	0,49	0,53	0,21	0,19	0,35	1,26	0,23	0,72

Aus der entstandenen Differenz zwischen den entsprechenden Werten der beiden Tabellen sind in dieser Genossenschaft einige Jahre sogar die jährlichen Zuweisungen an den Reservefonds voll gedeckt worden.

Die Dispositionsspanne kann aus folgenden Ursachen entstehen.

a) Nicht rückvergütungsberechtigte Umsätze i. e. S.: Umsätze in bestimmten Warengruppen, die durch ausdrückliche Erklärung des Vorstandes von der Rückvergütung ausgenommen werden. So der Konsumverein Leipzig-Plagwitz infolge des berühmten Leipziger Butterkriegs. Diese Fälle werden jedoch immer seltener; auch das demis-gros-Geschäft der Schweizer Konsumvereine wird in dieser Hinsicht keine Zukunft haben.

b) Nicht rückvergütungsberechtigte Umsätze i. w. S. (rückvergütungslose Umsätze).

aa) Von den kaufenden Mitgliedern nicht abgelieferte Rückvergütungsmarken.

bb) Versehentlicher Verkauf an Nichtmitglieder; auch kann sich in der Verteilungsstelle ein Nichtmitglied leicht auf den Namen eines Mitglieds berufen.

Dagegen folgt aus der Bezeichnung: Umsatz ab Hauptlager, der in Umsatznachweisen vieler Vereine aufgeführt wurde, an sich noch keine Rückvergütungslosigkeit; ein solcher Umsatz kann sich auf Abfälle, Leergut, Verkauf von Produkten der Nebenbetriebe, aber auch auf Großabnehmer (Mitglieder, wie Gemeinden, benachbarte Konsumgenossenschaften, gewerkschaftliche Volkshäuser usw.) beziehen.

Der Zentralverband deutscher Konsumvereine hat vor dem Krieg den Anteilzins nicht unbedingt abgelehnt. Das kann durch das Prinzip der autonomen Güterbeschaffung erklärt werden. Die Umsatzleistungen der einzelnen Mitglieder sind ungleich. Demgemäß ist der relative Anteilrest im einzelnen verschieden hoch. Wer stärker umsetzt, leistet neben höheren Beschaffungsreserven noch dazu höhere Quoten an Ersatzvermögen als der lässige Mitgliederteil. Der gut kaufende Mitgliederteil hat deshalb von einem gewissen Punkt an ein Anrecht auf Vergütung dieser Hilfeleistung; dieser Punkt ist der aufgefüllte Geschäftsanteil, und der Anteilzins darauf ist dadurch eine Art Zinsvergütung. Aber die Theorie kann sich auch mit diesem Ergebnis nicht begnügen. Der Anteilzins hat psychologische Vorbedingungen in der Mitgliedschaft: das passive Verbraucherinteresse (s. unten § 7). Ein solches Mitglied sieht denjenigen Teil der Rückvergütung, den es nicht empfängt, sondern der als Begleichungsbeitrag seinem Geschäftsanteilkonto gutgeschrieben wird, als notwendiges Uebel, als unerwünschte Schmälerung der Barsumme an, die aus der Genossenschaft jährlich herausspringen soll. Durch den Anteilzins wird in diese Mitglieder der Anreiz zu höherem Umsatz zu bringen versucht, indem er ihnen zeigt, daß der Begleichungsbeitrag nicht nur Opfer ist, sondern nach vollzogener Begleichung Zins bringt. Dieses Mittel ist tatsächlich gelegentlich nicht unwirksam (zur Hebung der Minusumsätze, sowie zur Steigerung der Einzahlungen auf Geschäftsanteilkonto) und kann nicht durchweg abgelehnt werden. Wie der obligatorische Notfonds, so setzt auch der unverzinsliche Geschäftsanteil ein entwickeltes genossenschaftliches Verbraucherbewußtsein voraus. (Auch hierüber s. § 7.)

4. Die Umsatzdividende

Die volle Verwirklichung unseres Prinzips des maximalen Verbrauchs ist unmittelbar von der Höhe der Betriebsreserven bedingt. Bei gesicherten Akkumulationsbeträgen kann dann die Höhe der Beschaffungsreserven auf das rationellste Minimum herabgesetzt werden. Das genaue Gegenteil dieser Perspektive ist die Umsatzdividende. Unter Umsatzdividende verstehen wir die größtmöglichste Ausschüttung der Erübrigungen, deren Höhe durch die rein

genossenschaftliche Preispolitik (s. § 2) bedingt ist. Die Umsatzdividende entsteht also aus rein distributiver Zwecksetzung. Sie wird erst dann besonders bedenklich, wenn sie dynamisch wird, d. h. wenn sie für die Zukunft die unerläßlichsten assoziativen Aufgaben in den Genossenschaftsfinanzen bewußt vernachlässigt. — Nicht Herabsetzung, sondern Erhöhung der Beschaffungsreserven zum Zweck möglichst hoher Dividendenerträge per Jahresschluß ist das Programm einer solchen Genossenschaft. Das Wesensmerkmal der Umsatzdividende ist durchaus nicht die nominelle Höhe.[1] Es gab vor dem Krieg in Deutschland Konsumgenossenschaften, die mit 12 Prozent Rückvergütung weit weniger das Kriterium der Umsatzdividende erfüllten als Vereine anderer Gegenden mit 6 Prozent. Auch heute noch können z. B. 8 Prozent Rückvergütung eines niederschlesischen Konsumvereins nicht als Umsatzdividende bezeichnet werden, im Unterschied zu Sachsen. Vielmehr ist der Grad der Begleichung, also namentlich die Höhe des Ersatzvermögens, bei der Beurteilung maßgebend. Die Verteilung solcher Ersatzbeträge — und damit die distributive Zwecksetzung überhaupt — ist wesentlich. Die gesetzwidrige Speisung von Dividendenbeträgen aus dem Reservefonds, sowie die Herauspressung von Mehrbeträgen aus übermäßiger Anspannung des Personals waren nur vereinzelte spezielle Erscheinungen.

Die Preisgestaltung in einer Genossenschaft, die der Umsatzdividende verfallen ist, hat an sich ein Wachstum der flüssigen Betriebsmittel zur Folge, ohne daß dies in den Stückumsätzen in Erscheinung tritt. Diese Tendenz kann jedoch sehr leicht in das Gegenteil umschlagen. Vor allem der Güterbestand selbst hat unter solchen Umständen die Neigung, über das Minimum hinauszusteigen; ferner bleibt die Entwicklung der eigenen Betriebsmittel langsam aber sicher hinter der Umsatzentwicklung zurück. Das Ergebnis ist das Sich-Klammern an die Detailpreise der Kleinbetriebe; die Förderung der Eigenproduktion ist in diesen Fällen nur Mittel, um die allerletzte preispolitische Leistungsfähigkeit nicht zu verlieren, insbesondere hinsichtlich der Bedrohung durch kapitalistische Unternehmungen im Detailhandel. Die Folgen dieser Preispolitik machen sich jedoch bemerkbar; sie verhindern eine Erhöhung des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied: der Durchschnittsumsatz „kommt nicht von der Stelle". Die Genossenschaftlichkeit der Umsatzdividende ist also auf einem äußerst primitiven Stand; sie bedeutet schließlich nur demokratisch gewonnenen Geldertrag.

Die Umsatzdividende widerspricht den bescheidensten volkswirtschaftlichen Aufgaben der Konsumgenossenschaften. Nicht selten treiben Konsumgenossenschaften, die der Dividendenjägerei zum Opfer gefallen sind, die lokalen Preise in die Höhe; dadurch entsteht ein mächtiger Anreiz zu üppiger Vermehrung der kleinen und ganz kleinen Krämer, der zähesten Gegner der konsumgenossenschaftlichen Konzentration.

---

[1] Mein eigenes statistisches Kriterium ist folgendes: Falls der Durchschnittsumsatz pro Mitglied eine steigende Tendenz aufweist, hat er in einem längeren Zeitraum die Neigung, über die Nominalhöhe des erforderlichen Ausgleichsumsatzes pro Mitglied zu steigen. Dazu hat noch die Untersuchung der Betriebsmittel und ergänzend auch die der Ortspreise zu treten.

5. Die Kapitaldividende

Von der Umsatzdividende zur Kapitaldividende ist es theoretisch nur noch ein kleiner Schritt. Immerhin richtet sich die Höhe der Umsatzdividende nach dem tatsächlichen Güterbezug. Das ist in der Kapitaldividende aufgehoben; sie ist nicht mehr individuell verschieden je nach dem Umsatz des Mitglieds, sondern für alle Mitglieder gleich hoch. Sie ist also ein stark vergrößerter Anteilzins: die auszuschüttenden Gewinne werden pro rata des Anteils verteilt.

Aus der Fülle unkonsumgenossenschaftlicher Folgen der Kapitaldividende sei die kapitalistische Wirkung hervorgehoben: Der Absatz wird immer mehr auf Nichtmitglieder ausgedehnt, während das Mitglied die Mitgliedschaft möglichst abschließen will (um die Gewinnquote auf einen Anteil tunlichst zu vergrößern) und das Interesse an eigenem Umsatz zunehmend verliert; der Anreiz zum Güterbezug aus der Genossenschaft — bei herrschender Umsatzdividende noch vorhanden, wenn auch künstlich erzeugt — verschwindet hier vollständig.

a) Wirkliche Kapitaldividende

Eines der lehrreichsten und eigenartigsten Beispiele hiefür bietet die Geschichte des eingangs erwähnten „Waaren-Einkaufsvereins zu Görlitz, Aktiengesellschaft". Dieses Unternehmen war 28 Jahre Konsumgenossenschaft (1861 bis 1889).

I. Transformation

a) Das Unternehmen begann als armer Tuchmacher-Konsumverein. Die wöchentliche Einzahlung betrug 1 Silbergroschen. Alle Rochdaler Prinzipien waren zunächst voll verwirklicht; insbesondere die Güterabgabe (in einem kleinen dunklen Gewölbe) erfolgte zu Tagespreisen.

b) Ein festes Vereinsstatut wurde 1863 beschlossen; in diesem war der Geschäftsanteil verzinslich, der Reservefonds sollte dagegen nur Verluste schützen. Die Abgabepreise durften satzungsgemäß bereits nur einen Aufschlag von höchstens 8⅓ Prozent auf den Ankaufspreis enthalten.

c) Von 1866 an wurde der Rochdaler Grundsatz des Verkaufes zu Tagespreisen ganz aufgegeben; der Zuschlag durfte nur „reichlich die Verwaltungskosten decken". Es wurden Einkaufsverbindungen mit auswärtigen Grossisten aufgenommen. Neben Arbeitern wurden „viele Bürger wohlhabender Kreise" als Mitglieder gewonnen. Es wurden zugleich aber Wochenbeiträge zur Ansammlung eines Reservefonds (Akkumulationsfonds) einkassiert. Folge: Mitgliederzahl, Umsatz, Einkaufsvorteile, Mitgliederanteile stiegen sehr stark.

d) Die Abgabe zum „gerechten Preis" ließ sich jedoch bereits ein Jahr später, 1867, nicht mehr voll aufrecht erhalten: Der Reinüberschuß betrug zirka 2 Prozent des Umsatzes. Ein Grundstück wurde erworben, und der Betrieb wurde ausgebaut. Eine Anzahl Arbeiter kündigten die Mitgliedschaft. Die Hausanteilscheine führten den Namen **Aktien.** Es wurde beschlossen, die Dividende nach der Kopfzahl der Mitglieder zu berechnen; diese Kapitaldividende betrug zunächst 3 Mark pro Mitglied.

II. Vollzogene Transformation

Im Geschäftsjahr 1870 wurde der Detailverkauf an jedermann (gemäß unserer Formulierung), sowie die Eigenproduktion und das Großhandelsgeschäft eingeführt. Anlaß dazu gab eine Denunziation der Händler über (versehentliche) Nichteinhaltung der „Warenabgabe nur an Mitglieder", die eine Heranziehung zur Gewerbesteuer zur Folge hatte. Der Gegensatz der Arbeitermitglieder begann sich gegen die Betriebserweiterungen, namentlich gegen das Großhandelsgeschäft und den Detailverkauf an jedermann, zu richten. Die Debatten der betreffenden Generalversammlung dauerten von abends 8 Uhr bis morgens 5 Uhr. Die Dividende stieg auf je 15 Mark.

III. Festigungsperiode

1875 wurden einige Mitglieder ausgeschlossen. Der Vorstand stellte fest, daß die Mitglieder als Ganzes durch die wirtschaftliche Krise „weniger betroffen" wurden. 1877 entstand Verlust, infolge Abschreibung. Die Preispolitik näherte sich dadurch — gedrängt durch die starken Preisrückgänge — den Tagespreisen. Der Mitgliederbestand ging erheblich zurück, teilweise auf ein Drittel. Es begann eine Periode starker Abschreibungen und Reservenbildungen, sowie großer Beschränkungen der Dividende, die einige Jahre ausblieb und dann auf je 10 Mark festgesetzt wurde.

IV. Vollendete Transformation

Von 1882 an litt das Unternehmen an starkem Kapitalüberfluß; es erfolgte die Abstoßung der sehr erheblichen (bis je 1600 Mark betragenden) Mitgliederguthaben. Bezüglich der Mitgliederzahl wurde beschlossen, nur noch eine „beschränkte Anzahl von Aufnahmegesuchen zuzulassen"; es begann eine rasche Entwicklung zum Großhandelsunternehmen bedeutenden Umfangs. Die Dividende stieg inzwischen von 10 Mark auf 300 Mark pro Mitglied. Den zahlreichen Aufnahmegesuchen wurde nur selten entsprochen: „es wurden nur solche Personen aufgenommen, gegen die nach keiner Richtung hin Einwendungen zu erheben waren". 1888 war die bereits 1870 vollzogene Transformation vollendet: zirka 1400 Mitglieder, die nicht den zehnten Teil, wahrscheinlich nicht einmal 5 Prozent, des Warenumsatzes bedeuteten. Die Umwandlung im Geschäftsjahr 1889/90 in eine Aktiengesellschaft war nur eine formelle Änderung des Zusatznamens der Firma, erzwungen durch das Genossenschaftsgesetz, das selbst den Vorstand des „Waaren-Einkaufsvereins zu Görlitz" überraschte.

b) Scheinbare Kapitaldividende

Äußerlich in einigen Punkten nicht unähnlich, in Wirklichkeit jedoch genau entgegengesetzt, verläuft die Entwicklung des Konsum-, Bau- und Sparvereins „Produktion". Schon im Geschäftsjahre 1909 betrug dort der Erlös aus selbstproduzierten Gütern zirka 40 Prozent des Umsatzes. Der beliebige Verkauf an Nichtmitglieder war in Hamburg schon angesichts dieser Ziffer von vornherein eine objektive Notwendigkeit. Die während des Geschäftsjahres 1911 erfolgte Errichtung der (juristisch selbständigen) Handelsgesellschaft

„Produktion" war nur die Konsequenz steuerpolitischer Kämpfe. Auch die Handelsgesellschaft „Produktion" begann nun den Großverkauf und den Detailverkauf an Nichtmitglieder. Dies ist jedoch wesensverschieden von der Kapitaldividendenpolitik des Görlitzer Beispiels. Jene Abschließung der Mitgliedschaft ist in der „Produktion" nicht vorhanden; im Gegenteil, es wird intensiv geworben Gemäß der Herleitung unseres Begriffs der Eigenproduktion muß es abgelehnt werden, auf Grund scheinbarer Ähnlichkeit (des allgemeinen Verkaufs) zwischen den Unternehmen in Hamburg und in Görlitz irgend eine Wesensähnlichkeit zu konstruieren. Großverkauf und Detailverkauf an Nichtmitglieder haben in der Hamburger „Produktion" in ihrem — wie wir sahen — bescheidenen Umfang nur ergänzende Aufgaben, nämlich die Erhöhung der Reservenbildung. Ganz anders der „Waaren-Einkaufsverein zu Görlitz"; für dessen Gewinne sind diese beiden Faktoren schlechthin wesentlich; insbesondere heute spielen dort die Mitgliederumsätze überhaupt keine Rolle mehr. Allerdings haben auch mehrere deutsche Genossenschafter versucht, eine der Kapitaldividende gegensätzliche Wertung bezüglich der Hamburger „Produktion" zu formulieren; es wurde gesagt: durch die Überschüsse aus dem (Groß- und Detail)-Verkauf an Nichtmitglieder entsteht in der Rückvergütung des Mitglieds eine ungenossenschaftliche Profitquote, die aus den Gewinnen solcher Verkäufe stammt. Das ist kaum zutreffend; es ist vielmehr an der assoziativen Verwendung dieser Gewinne festzuhalten.

Das Hauptargument gegen die Hamburger „Produktion" geht von der Forderung des Wirtschaftens „nach dem Bedarf, statt nach dem Markt" aus und bezeichnet dies als obersten konsumgenossenschaftlichen Grundsatz, der durch die Hamburger „Produktion" verletzt werde. Demgegenüber können wir unsere Hauptprinzipien erproben. Diese bestätigen sich auch im Fall Hamburg völlig. Das Prinzip der autonomen Güterbeschaffung und das Prinzip des maximalen Verbrauchs wollen von der Hamburger „Produktion" nicht im geringsten angetastet, sondern gestärkt werden. Man könnte höchstens nebenbei von einem gewissen Ärger alter Mitglieder sprechen, die es nicht begreifen können, wie einem Nichtmitglied genau so wie ihnen selbst dieselben Einkaufspreise zugebilligt werden. Solche Mitglieder übersehen den bezweckten Werbecharakter, den hier unser Prinzip des maximalen Verbrauchs annimmt. Im übrigen wird in der Hamburger „Produktion" nur Mitgliedern eine Rückvergütung gutgeschrieben.

Wohl aber muß die Ausdehnung der Arten lokaler Eigenproduktion, wie sie in der Hamburger „Produktion" erfolgte, insoweit als nicht allgemein einführbar bezeichnet werden, als sie Artikel umfaßt, die zu den Aufgaben der Großeinkaufsgesellschaft gehören; daraus haben sich — hinsichtlich des beiderseitigen Großvertriebs — einige Unzuträglichkeiten ergeben.

II. Durch äußere Einflüsse

1. Die Konjunktur

Viele Konjunktureinflüsse auf die Entwicklung der Konsumgenossenschaften sind nur unter Berücksichtigung der Gegenmittel der Konsumgenossenschaften

festzustellen. Es sind bezüglich der Stockungserscheinungen besonders zu betrachten:

a) Stockung der Mitgliederzunahme und des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied. Das hängt allgemein von der Zusammensetzung der Mitgliedschaft ab, im besonderen jedoch von dem Vorhandensein der konsumgenossenschaftlichen Preispolitik. Eine solche hat in jeder Konjunkturerscheinung immer eine Zunahme der Mitgliederzahl zur Folge, in den Stockungsjahren eine relativ schwächere. Die Nominalhöhe des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied wird in diesen Jahren von der fallenden Preisbewegung[1]) beeinflußt; deshalb ist für einwandfreie Untersuchungen die Berücksichtigung der Stückumsätze notwendig. Die Stückumsätze in den notwendigsten Nahrungsmitteln (1. Bedürfnisklasse) gehen bei — konsumgenossenschaftlicher Preispolitik nicht zurück, sondern steigen, während die Nahrungsmittel der 2. Bedürfnisklasse fallende Umsätze ergeben. Jedoch kann ein guter Warenvorschußfonds dazu führen, dem Arbeitslosen und Kurzarbeiter auch den Bezug solcher Nahrungsmittel, wie Fleisch und Butter, möglich zu machen, sowie Nahrungsmittel der ersten Gattung, insbesondere Brot, Heringe und Kartoffeln, ihm unter Umständen kostenfrei, rationenweise, zu verabreichen. Das führt zu

b) Wirkung der Stockung auf die Geschäftsanteile und Reserven. (Als Spezialfall ist Geldentwertung anzusehen; dies kann aus der Betrachtung ausscheiden.) Es besteht die Gefahr einer Massenabhebung der Geschäftsanteile während der Stockung. Das damit ausgetretene Mitglied tritt dann bei Beginn des Aufschwungs wieder ein und füllt seinen Geschäfsanteil durch Begleichungsbeträge wieder auf, u. s. f. Die in § 2 erläuterten Gegenmaßnahmen der Konsumgenossenschaften mildern die Intensität dieses Kapitalwechsels durch Auffüllung höherer Summen für die Mitglieder (günstigenfalls: Geschäftsanteile, Hausanteile, Notfonds, Spareinlagen); die beiden letzteren Konten werden ausbezahlt, während auf die beiden ersten Vorschüsse gegeben werden; dazu tritt eventl. die Abschlagsrückvergütung auf die effektiven Umsätze. Dadurch wird das Mitglied als volles wirtschaftliches Glied der Konsumgenossenschaft erhalten — gemäß dem Genossenschaftsprinzip und dem Prinzip des maximalen Verbrauchs —, zugleich wird die Widerstandsfähigkeit des Unternehmens gegen die Stockung bedeutend erhöht.

Eine notwendige Erscheinung in den Stockungsjahren ist immerhin das relative Sinken der Geschäftsanteilsummen und der Reserven, auf ein Mitglied berechnet.

2. Die Konkurrenz

Die private Konkurrenz ist häufig von unmittelbarem Einfluß auf die Gestaltung der Konsumvereinsbetriebe gewesen. So wurden die Umsatzdividenden-Vereine durch die fühlbare Konkurrenz kapitalistischer Großbetriebe

[1]) Über die Preisbewegungen der Nahrungsmittel in den Aufschwungs- und Stockungsjahren s. zusammenfassend: Spiethoff, Art. „Krisen" im Hdw. d. St., 4. Auflage, 6. Band, insbesondere S. 23 und 37.

und Spezialgeschäfte häufig zur Eigenproduktion gezwungen. Eine der positivsten Wirkungen riefen die privaten Markenartikelfabriken hervor; dadurch wurde der Eifer zur allgemeinen Anwendung der „geg"-Marke auf alle in „geg"-Lagern erzeugte oder abgepackte Waren gestärkt und (von vielen Vereinen begeistert begünstigt) mehr und mehr auf die lässigen Vereine übertragen. Im Geschäftsjahr 1925 wurden von der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine insgesamt 285 Millionen Originalpackungen mit dem Schutzzeichen „geg" umgesetzt.

Neben diesen speziellen Vorgängen müssen die Einwirkungen der Konkurrenz auf die Gestaltung der Plus- und Minusbetriebe erwähnt werden. Darunter verstehen wir (im Anschluß an Schär's [1]) Berechnungen): denjenigen Überschuß bezw. Fehlbetrag (einer bestimmten Warengruppe, für die ein besonderes Betriebskonto geführt wird), der sich ergibt aus der Gegenüberstellung des effektiven Reinertrags (nach dem Abzug aller Unkosten und anteiligen Belastungen) mit der Rückvergütung, die auf den Umsatz der betreffenden Warengruppe entfällt. Jede Statistik solcher Art gewährt aber nur jeweils örtliche Schußfolgerungen. Die These von Schär, die Plusbetriebe hätten innerhalb eines längeren Zeitraums eine absolute Abnahme des betreffenden Umsatzes zur Folge, ist nach unseren Berechnungen nicht haltbar. In süddeutschen Vereinen waren die gesamten Eigenproduktionsbetriebe sowie das Weingeschäft, bei im wesentlichen steigenden Durchschnittsumsätzen pro Mitglied, durchweg erhebliche Plusbetriebe, während insbesondere die Schnittwaren- und Schuhwarenabteilungen, von den Konkurrenzpreisen großer Häuser geführt, Minusbetriebe waren und langsam, allerdings sehr wenig, im Umsatz pro Mitglied [2]) abnahmen.

Auch eine Monopolbildung kann aus Konkurrenzgründen leicht ein Minusgeschäft bedingen. Das hat nach dem Krieg in mehreren Vereinen Bedeutung erlangt und wird in der Zukunft bei entscheidender Schwächung des privaten Kohlenhandels eine erhebliche Rolle spielen.

3. Der Werkskonsumverein

Der Werkskonsumverein [3]) bedeutet die Methoden des isolierten Konsumvereins, beschränkt auf einen abgesteckten Mitgliederkreis: die Arbeiter und Angestellten eines Fabrikbetriebs. Die beste Erklärung des Werkskonsumvereins ergeben die beiden Gesichtspunkte von Karl Marx:

---

[1]) Schär untersucht in seiner erwähnten Schrift „Kalkulation und Statistik im genossenschaftlichen Großbetrieb" die „Plus- und Minusgeschäfte" des Allgemeinen Konsumvereins Beider Basel; sein Ausdruck hat sich jedoch nur innerhalb des Verbandes schweizerischer Konsumvereine durchgesetzt.

[2]) Neben der Darstellung des Umsatzes pro Mitglied ist noch die Berechnung der Abteilungsumsätze in % oder ‰ des Gesamtumsatzes möglich; die letztere Methode wird von Schär durchgeführt.

[3]) Die Konsumgenossenschaftliche Rundschau und das Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine enthalten laufende Berichte über die wichtigsten diesbezüglichen Tatsachen.

1. Der „relative Mehrwert" und seine Herleitung im ersten Band des „Kapital". Die Verbilligung der Subsistenzmittel, in der Terminologie von Marx: Die Senkung des „Werts der Arbeitskraft" durch Verbilligung der Lebensmittel bedeutet eine künftige Entlastung des Lohnkontos und geht daher mit dem Unternehmerinteresse im allgemeinen konform; sie ist allerdings auch geeignet, den Arbeiter an das Unternehmen stärker zu binden, um dessen selbständige Willensbildung zu verhindern.

2. Die „Zirkulation der Produkte innerhalb der Konsumtionsmittelindustrie".[1] Auch hier ist im System von Karl Marx die logische Möglichkeit eines allgemeinen Werkskonsumvereins vorhanden, wenn dies auch keine Bedeutung erlangen wird.

Von den wenigen Konsumgenossenschaften, die früher Werkskonsumvereine waren und sich zu allgemeinen Konsumgenossenschaften entwickelt haben, sei der Konsumverein Wetzlar-Braunfels erwähnt; er war von 1875 bis 1909 Werkskonsumverein. Die Gründung (1875) fiel in eine Lohnbewegung; den Forderungen der Arbeiter wurde nicht stattgegeben, dafür wurde aber von mehreren Unternehmern ein Fabrikkonsumverein gegründet, der die Kaufkraft der Löhne um einen Teil der geforderten Lohnzuschläge erhöhen sollte. Absolut war trotzdem die Lohnhöhe unzureichend; Ladenaußenstände in laufender Höhe von 30 Mark pro Mitglied waren offiziell genehmigt.

4. Der Staat

Die Wirtschaftspolitik des Deutschen Reiches hat, wie die Steuerpolitik, die Entwicklung der Konsumgenossenschaft fast in jeder Hinsicht gehemmt. Auch die Staatsumwälzung 1918 war nicht von Einfluß auf die Förderung der konsumgenossenschaftlichen Entwicklung; vielmehr stand die Konsumgenossenschaft außerhalb der Ereignisse. Reinhard Weber schreibt in seinem Buch:[2]

> „ . . . kommt es nur darauf an, daß es denkbar ist, die konsumgenossenschaftliche Entwicklung könne durch Revolution gefördert werden. Dies ist in Deutschland nach dem November 1918 tatsächlich der Fall gewesen. Die Finanznot führte zwar nicht zu wesentlicher steuerlicher Erleichterung. Aber alle unmittelbar politischen Schikanen fielen fort, vor allem mußte das Beitrittsverbot für Beamte notwendig aufgehoben werden, wo es noch bestand."

Diese Ausführungen sind unzutreffend. Das Beitrittsverbot für Beamte war so gut wie vollständig bereits in der Kriegszeit aufgehoben, und über das Fortfallen der Schikanen in der behördlichen Behandluug können viele Vereine peinliche Geschichten erzählen. Eine der ersten sozialpolitischen Maßnahmen des „Rats der Volksbeauftragten" war im übrigen die Verordnung vom 23. November 1918 betr. Nachtarbeit in Bäckereien und Konditoreien. Diese Verordnung bezweckte den sicheren (durch die Revolution ermöglichten und von den Konsumgenossenschaften durchaus begrüßten) Schutz

[1] S. Karl Marx, „Kapital", 2. Bd., 6. Aufl. 1921, S. 370 ff., insbes. S. 377 ff.

[2] A. a. O., S. 112.

der Bäckereigehilfen und -Lehrlinge in Kleinbetrieben;[1] sie war aber auch auf Großbetriebe ausgedehnt; dadurch wurde sie ein Schlag gegen die Sozialisierung des Backgewerbes. Sie steht in keinem inneren Zusammenhang mit dem ernährungspolitischen Nachtbackverbot zu Beginn des Krieges, das nach kurzer Zeit gegenstandslos wurde; allerdings litt der Bäckereigroßbetrieb schon während des Krieges unter den unkostenerhöhenden Folgen dieses Verbots.

Der musterhafte Bäckereigroßbetrieb umfaßt folgende Merkmale:

1. Mehlzubereitung mittels Mischkästen, Sichtmaschinen und Silos, mit entsprechenden Stockwerken, ferner eine Sackklopfmaschine zum Reinigen der Säcke.
2. Mechanische Teigmacherei mittels moderner Mehlwage, Teigwage, Knetmaschine, Kippe mit Schraubgewinde, Wirkmaschine.
3. Moderne Doppelauszugöfen mit je zwei Herdplatten, sodaß der „Schuß" insgesamt zirka 110 Brote beträgt. Dabei ist der Aufwand an Heizmaterial auf 100 kg Mehl höchstens 40 kg Kohle, während der Kleinbäcker, auf ebenfalls 100 kg Mehl gerechnet, etwa das Doppelte verbraucht.
4. Brotkühlräume.

Der Rohstoff braucht während des Fabrikationsprozesses mit den Händen im wesentlichen nicht berührt zu werden.

Die überlegene Rationalität des Bäckereigroßbetriebs beruht wesentlich auf dem kontinuierlichen Arbeitsprozeß. Dieser wird durch das Nachtbackverbot beseitigt. Die Fülle von Unwirtschaftlichkeiten, die sich hieraus ergeben, können bei als konstant wie als beweglich angenommenem Umsatz folgendermaßen gruppiert werden:

1. Gärverluste in Höhe von 2 bis 3 Prozent der Mehlsubstanz. Der Sauerteig steht 8 Stunden lang (die Nacht über) ohne Kontrolle; eine rationelle Gärführung ist dadurch ausgeschlossen.
2. Der Brennstoffverbrauch ist höher als bei kontinuierlicher Heizung. Die Öfen sind morgens erkaltet, müssen also neu geheizt werden; sie werden dadurch auch zeitiger abgenützt.
3. Vergrößerung des Anlagekapitals, mindestens der Öfen, um zirka ein Drittel der vorhandenen Bestände, nur um (bei gleichgebliebenem Umsatz) die Leistungen des Dreischichtenbetriebs aufrecht zu erhalten. Das ist eine unwirtschaftliche Aufblähung.
4. Dasselbe gilt von den Brottransportmitteln. Um das Brot einigermaßen rechtzeitig in die Verteilungsstellen zu bringen, müssen (insbesondere durch größere Vereine) weitere Transportmittel eingestellt werden.

[1] In der Resolution des 21. ordentl. Genossenschaftstages des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine vom 23. bis 25. Juni 1924 in Ulm zur Frage des Nachtbackverbots ist dies ausdrücklich betont worden. Es wird in dieser Resolution die regelmäßige Nachtarbeit der einschichtigen Kleinbetriebe vom Dreischichtenbetrieb zu je 8 Stunden der Großbetriebe richtig getrennt.

5. Die Ausnutzung der Arbeitskräfte ist mangelhaft, infolge der Einbeziehung der Vorarbeiten (ausgenommen reine Versandarbeiten) in das Nachtverbot.[1]) In einem Großbetrieb können höchstens 30 Prozent der Arbeitskräfte mit Vorarbeiten beschäftigt werden. Die Zeitdauer aller Vorarbeiten (in einigen Großbetrieben sogar mit 1½ Stunden, einschließlich Teigbereitung, kalkuliert) bedeutet notwendig einen Zeitverlust für die übrigen 70 Prozent der Arbeitskräfte. Dasselbe gilt für die Beendigung der Arbeitszeit. Die Dauer (zirka ¾ Stunden) des letzten Backvorgangs bedingt eine Ausnutzung der Arbeitszeit bis zum Ende nur für diejenigen Arbeitskräfte, die das Brot aus dem Ofen herausnehmen.

Die Einbeziehung des Anfeuerns der Öfen in das Nachtbackverbot ist eine der empfindlichsten Mängel der bestehenden Gesetzgebung. Sie kann insbesondere in der Weißbäckerei die unkosten- (und deshalb preis-) senkende Anwendung automatischer Semmelbacköfen mit je 40 Herdplatten (und damit einen der entscheidendsten Faktoren der Brotverbilligung überhaupt) zunichte machen. Diese Autoöfen (mit dazugehörigem Rondo, Transportband, Wirkscheibe usw.) sind in die deutschen Großbetriebe erst in sehr bescheidener Zahl eingeführt worden, vornehmlich in einigen Konsumvereinsbäckereien; sie könnten infolge ihrer technischen Überlegenheit in kurzer Zeit die örtliche Weißgebäckversorgung beherrschen.

Die gesamte Unkostensteigerung infolge des Nachtbackverbots beträgt bei gleichgebliebenem Umsatz zirka 10 Prozent des kalkulierten Preises; sie wird durch die Vorverlegung des Arbeitsbeginns (von 6 Uhr auf 5 Uhr) ganz unwesentlich beeinflußt. Eine allgemeingültige Untersuchung der Unkostenverschiebungen ist leider nicht möglich. Eine Reihe Vereine haben vor und nach dem Bestehen des Nachtbackverbots ihren Betrieb erst allmählich als modernen Großbetrieb eingerichtet. Ferner hat schon im Geschäftsjahr 1924 der Backwarenumsatz zugenommen; es ist deshalb im einzelnen recht schwierig, die rein umsatzbedingten Kapitalneuinvestierungen von den durch das Nachtbackverbot bedingten zu trennen. Allgemein dürfte folgende Formel zulässig sein: die Erweiterung der Betriebsanlagen ist unter der Herrschaft des Nachtbackverbots unökonomisch, da sie die mangelnde Ausnutzbarkeit der bestehenden Anlagen nicht beseitigt, sondern durch den Zuwachs noch verschärft.

Das Nachtbackverbot ermöglicht seinem heutigen Zweck nach die Konkurrenzfähigkeit der Kleinbäcker. Die „Rationalisierung der Betriebe" ist dadurch zur Phrase herabgesunken, die den deutschen Verbraucher rund 10 Prozent kostet.

Das Nachtbackverbot ist ferner nicht nur eine Unwirtschaftlichkeit, sondern eine verwaltungstechnische Unmöglichkeit. Das Nachtbackverbot wird von der großen Mehrzahl der Kleinbäcker ignoriert; das muß nach den neuesten Erfahrungen der Gewerbeinspektoren, der Amtsgerichte, sowie der örtlichen

[1]) S. dagegen das „Internationale Übereinkommen" betr. Nachtbackverbot, beschlossen von der 6. Internationalen Arbeitskonferenz am 5. Juli 1924 in Genf, das am 1. Januar 1927 in Kraft treten soll. Hierin sind die Vor- und Nacharbeiten für eine beschränkte Arbeiterzahl gestattet.

Polizeidirektionen als selbstverständlich bezeichnet werden. Abgesehen davon, daß Kleinbackstuben ihrer Lage nach überhaupt nicht kontrollierbar sind, reicht die Anzahl der zur Verfügung stehenden Beamten für eine wirksame Kontrolle nicht aus.

Die polizeiliche Kontrolle erzielt kein Ergebnis, das für die wirtschaftliche Beurteilung irgendwie in Betracht kommt. Solange der Kleinbetrieb besteht, hat er eben von vornherein unhygienische Arbeitsbedingungen, die durch die Tatsache der Nachtarbeit in den meisten Fällen nur unwesentlich beeinflußt werden. In einer französischen Großstadt mit vielen Kleinbäckereien wurden 10 vom Tausend der Bäckereiarbeiter als Tuberkuloseträger ermittelt, während weniger als 3 vom Tausend der Einwohner davon befallen waren;[1] es handelte sich dabei meist um Arbeitsräume, die Tag und Nacht beleuchtet werden mußten. Solange der Kleinbetrieb besteht, bedingt er auch schlechte Arbeitsbedingungen, namentlich überhöhte Arbeitszeit der Gesellen und Lehrlinge, deren Mehrleistung den Vorteil arbeitsparender Maschinen tunlichst ersetzen soll. Solange der Bäckereikleinbetrieb in seinem heutigen Umfang sich aufrecht erhalten kann, hat jedes Nachtbackverbot die entgegengesetzte Wirkung. Es ist als sanitärer Arbeiterschutz gedacht, wirkt sich jedoch nur auf die Leistungsfähigkeit der Großbetriebe aus. Schon die sanitären Möglichkeiten ergeben einen grundlegenden Unterschied von Groß- und Kleinbetrieb. Speziell die großen Konsumvereine haben in hohen, lichten Räumen die vollkommensten hygienischen Einrichtungen geschaffen, die jegliche gesundheitsschädigenden Folgen einer achtstündigen Nachtarbeitszeit ausschließen. Dieser Unterschied erschwert allerdings auch die Lösung der Konflikte. Die Aufhebung des Nachtbackverbots für Großbetriebe ist unerläßlich, für Kleinbetriebe, welche die Vorbedingungen der Hygiene nicht erfüllen, dagegen nicht; hier müßte das Nachtbackverbot bestehen bleiben, unter gleichzeitiger Festlegung des Arbeitsbeginns auf eine frühe Morgenstunde und einer schärferen Überwachung des Verkaufsbeginns, auf den sich die Kontrolle spezialisieren müßte.

Die deutschen Konsumgenossenschaften haben trotz Nachtbackverbot ihre preispolitische Führung in der Backwarenversorgung aufrecht zu erhalten versucht.[2] Dadurch sind die früheren „Goldgruben" meist zu Minusbetrieben geworden; d. h. die auf den Backwarenumsatz entfallende Rückvergütung wird durch den Bäckereireinertrag nicht mehr gedeckt. Eine Änderung des Standes der Gesetzgebung ist leider kaum zu erwarten; dadurch entsteht eine Interessengleichheit der Konsumgenossenschaft und des privatindustriellen Bäckereigroßbetriebs einerseits, des Deutschen Bäckerverbandes und der Deutschen Bäckerzunft andererseits.

---

[1] S. „Action coopérative", Paris, Nr. 421 vom 23. Januar 1926, zitiert nach der Konsumgenossenschaftlichen Rundschau, Nr. 8 vom 20. Februar 1926.

[2] Anders teilweise in Österreich; ein Zeugnis darüber ist die lesenswerte Flugschrift von Siegmund Kaff über den Brotwucher, Wien und Leipzig 1925. Ohne zu ihr im einzelnen Stellung zu nehmen, muß betont werden, daß sich die außergewöhnlich niedrigen Backwarenumsätze pro Mitglied einiger österreichischen Vereine aus dem Bestreben erklären, auf jeden Fall Plusgeschäfte zu erzielen. Dies war vor dem Krieg richtig, heute ist es nicht mehr zu empfehlen.

II. Teil

Die ideelle Struktur der Konsumgenossenschaft

§ 5. Karl Marx und die Konsumgenossenschaften

Die Kritik, vor allem des normativen Genossenschaftssozialismus, richtet sich gegen die ökonomische Geschichtstheorie von Karl Marx. [1]

Die Hauptfrage unserer Untersuchung lautet: Kann die ökonomische Geschichtstheorie von Karl Marx die Gründung und Entwicklung der Konsumgenossenschaften, samt ihrem ideellen Gehalt, kausal erklären?

a) Die ökonomische Geschichtstheorie [2]

Es ist von folgenden Grundbegriffen auszugehen:

1. „Produktionsbedingungen." Das sind nach Marx die Voraussetzungen eines bestimmten historischen Standes der „Produktivkräfte", also die Gegebenheiten der Natur, Technik und der Arbeitsfähigkeiten. Hier ist zunächst der Marxsche Produktionsbegriff zu erwähnen. Die „gesellschaftliche Produktion" ist bei Marx wesentlich umfassender gesehen als in den sich auf Sachgüter beschränkenden Definitionen. Sie ist für Marx „gesellschaftlicher Lebenserzeugungsprozeß"; [3] sie umfaßt also nicht nur alle mobilen und immobilen Sachgüter, sondern z. B. die Erhaltung und Fortbildung der industriellen und landwirtschaftlichen Technik, ganz allgemein aber die „physische und geistige Reproduktion der gesellschaftlichen Arbeitskräfte"; der Marxsche Produktionsbegriff umfaßt deshalb auch alle „gesellschaftlich anerkannten" Erziehungs- und Bildungseinrichtungen.

2. Die „Produktivkräfte" im Marxschen Sinn umfassen nicht nur sämtliche technischen Einrichtungen eines wirtschaftlichen Betriebes, sondern auch — worauf Cunow hinweist — „die Gesamtheit der Naturkräfte, wie Wasserkraft, Windkraft Dampf, Elektrizität, Fruchtbarkeit des Bodens", ferner die Gesamtheit der körperlichen und geistigen Arbeitskräfte, soweit Marx überhaupt eine solche Trennung empfiehlt. Technik, Natur- und Arbeitskräfte

---

[1] S. Hans Müller, „Die Klassenkampftheorie und das Neutralitätsprinzip der Konsumgenossenschaftsbewegung", S. 8 ff.

[2] Die klarste begriffliche Darstellung der Grundbegriffe, von denen auch die vorliegende Darstellung ausgeht, gibt Cunow in seinem Buch „Die Marxsche Geschichts-, Gesellschafts- und Staatstheorie", 1921, Bd. 2, S. 43 ff.

[3] S. Karl Renner, a. a. O., vor allem S. 27 ff. Karl Renner ist einer der wenigen, welche diesen Marxschen Produktionsbegriff konsequent anwenden.

sind „Produktivkräfte", soweit sie als „konstitutive Elemente des gesellschaftlichen Reproduktionsprozesses" sich gegenseitig bedingen. Die jeweilige Gesamtwirkung dieser drei Faktoren nennt Marx „Produktionsweise"; doch ist dieses agitatorische Schlagwort bei Marx doch mehr ein Sammelbegriff für die Gesamtheit aller Produktivkräfte und Produktionsverhältnisse.

3. Die „Produktionsverhältnisse" sind dagegen etwas ganz anderes, nämlich „wirtschaftliche Wechselbeziehungen, die sich zwischen den Gesellschaftsmitgliedern aus ihrer Teilnahme am gesellschaftlichen Reproduktionsprozeß ergeben" (Cunow). Im „Kapital", 3. Band, 2. Teil, 5. Aufl. 1921, S. 415 heißt es: „Produktionsverhältnisse sind Verhältnisse, welche die Menschen in ihrem gesellschaftlichen Lebensprozeß, in der Erzeugung ihres gesellschaftlichen Lebens eingehen." Es sind „Verhältnisse, die einen spezifischen, historischen und vorübergehenden Charakter haben." Wie aus den „Produktivkräften" die „Produktionsweise" gebildet ist, so bildet die Gesamtheit der „Produktionsverhältnisse" die „ökonomische Struktur der Gesellschaft".

Neben der klassischen Formulierung in der Einleitung zur „Kritik der politischen Ökonomie" sei unter den ebenfalls wichtigen Stellen im „Elend der Philosophie", 6. Aufl., 1919, S. 91, die bemerkenswerteste herausgegriffen:

> „ . . . Aber was er" (Proudhon) „nicht begriffen hat, ist, daß diese bestimmten sozialen Verhältnisse" (Produktionsverhältnisse) „ebensogut Produkte der Menschen sind wie Tuch, Leinen usw. Die sozialen Verhältnisse sind eng verknüpft mit den Produktionskräften. Mit der Erwerbung neuer Produktivkräfte verändern die Menschen ihre Produktionsweise, und mit der Veränderung der Produktionsweise, der Art, ihren Lebensunterhalt zu gewinnen, verändern sie all ihre gesellschaftlichen Verhältnisse . . . . aber dieselben Menschen, welche die sozialen Verhältnisse gemäß ihrer materiellen Produktionsweise gestalten, gestalten auch die Prinzipien, die Ideen, die Kategorien, gemäß ihren gesellschaftlichen Verhältnissen.

Diese Äußerungen von Marx gehören zu den markantesten über die ökonomische Geschichtstheorie; sie sind — wie sich noch ergeben wird — durchaus geeignet, auch die ideellen Möglichkeiten innerhalb der Konsumgenossenschaften zu klären. Ideen, deren Grundrichtungen den Produktionsverhältnissen entsprechen, sind demnach auch nach der ökonomischen Geschichtstheorie keine kraftlosen Reflexe; sie müssen — soweit sie Klassenideen („Ideologien") sind — unterschieden werden in positive (bejahende) und negative (verneinende). Damit ist jedoch auch von der ökonomischen Geschichtstheorie aus über die Möglichkeit genossenschaftlicher Wirtschaftsgebilde in Wirtschaftsstufen ganz verschiedenen Prinzips kein ablehnendes Urteil gefällt; sondern die ökonomische Geschichtstheorie hat auch hier nur die „spezifischen", historisch-konkreten Gestaltungen des Genossenschaftswesens zu analysieren.

Neben dieser Unterscheidung muß gegliedert werden in a) „Ausfechtung" dieses Gegensatzes (namentlich im Staat) — Klassenkampf. Dieser Kampf ist nach Karl Marx durchaus auch von Einfluß auf das Bestehen der Produktionsverhältnisse selbst (s. z. B. „Ursprüngliche Akkumulation", „Expropriation

der Expropriateure"); b) Entwicklung der Produktivkräfte innerhalb der bestehenden Produktionsverhältnisse („materielle, naturwissenschaftlich treu zu konstatierende Umwälzung").

Auch die negativen Ideologien können auf die Produktivkräfte unmittelbar einwirken (z. B. Gewerkschaften auf die „tägliche Reproduktion der Arbeitskraft"). Die Konsumgenossenschaft wirkt, wie die Gewerkschaften, auf die „Produktivkraft Arbeit" positiv, durch die Erhöhung der Kaufkraft. Die Erhöhung des Reallohnes wird für die in den eigenen Genossenschaftsbetrieben beschäftigten Lohnarbeiter und Angestellten zu umfassender Sozialpolitik erweitert. In den Konsumgenossenschaften des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine ist eine Tendenz nach Erhöhung der Nominallöhne über den Stand der Privatwirtschaft hinaus objektiv erkennbar, unabhängig davon, wer Träger dieser Tendenzen ist. Außerdem sind die Konsumgenossenschaften, was ebenfalls nicht näher auszuführen ist, in Fragen der Arbeitszeit, des kollektiven Arbeitsvertrags, der sanitären Einrichtungen, des Pensionswesens, des Personalunterstützungswesens und in vielem anderem vielfach führend vorangegangen; die modernen Bäckereien (einschließlich aller Arbeitsbedingungen) vieler deutschen Vereine waren und sind hiefür ein beredtes Beispiel. Solche konsumgenossenschaftliche Sozialpolitik kann dem System der ökonomischen Geschichtstheorie ohne weiteres eingegliedert werden.

b) Folgerungen

Zu diesen sozialpolitischen Argumenten tritt der konsumgenossenschaftliche Großbetrieb.

Am Schluß der klassischen Formulierung in der Einleitung zur „Kritik der politischen Ökonomie" heißt es u. a.:

„Eine Gesellschaftsformation geht nie unter, bevor alle Produktivkräfte entwickelt sind, für die sie weit genug ist, und neue höhere Produktionsverhältnisse treten nie an die Stelle, bevor die materiellen Existenzbedingungen derselben im Schoß der alten Gesellschaft selbst ausgebrütet worden sind."

Ein Blick auf den heutigen Detailhandel — und der konsumgenossenschaftliche Großbetrieb sollte durch diese Marx-Worte mehr wie gerechtfertigt sein. Einige Autoren haben sich jedoch durch die Stellung des Handelskapitals in der Marx'schen Wert- und Preistheorie blenden lassen. Es wird erklärt, nach Marx sei der Handel „unproduktiv". Das kann ein erheblicher Irrtum sein.[1] Eher das Gegenteil ist richtig. Der Produktionsbegriff von Karl Marx umfaßt seinem Wesen nach[2] durchaus auch den Handel jeder Art.

---

[1]) Solche Schwächen schaden auch der Marx-Kritik, und es kann nicht Aufgabe sein, immer und immer wieder die gleichen Berichtigungen vorzunehmen. Das gilt auch für die fehlerhaften Darstellungen in Kulemann's obenerwähntem Buch, sowie von Totomianz, „Theorie, Geschichte und Praxis der Konsumentenorganisationen", 1919, S. 8.

[2]) Ergänzend sei bemerkt: Die Bezeichnung des „industriellen Kapitalisten" als „produktiven Kapitalisten", namentlich im zweiten Band des „Kapital", ist kein Werturteil über die „Existenzberechtigung" anderer Kapitalzweige, speziell des Handels. (Alle Kapitalzweige nennt Marx „Produktionsagentien"; s. „Kapital", 3. Bd., 2. Teil, 5. Aufl. 1921, 51. Kap. des 7. Abschn., S. 413 ff.)

Die gesamten „Zirkulationsverhältnisse“ und die „Verteilungsverhältnisse“ [1] sind nach Marx begrifflich schon in den „Produktionsverhältnissen“ enthalten. Für alle diejenigen Kritiker, die Marx wirklich gelesen haben, ist das eine Selbstverständlichkeit. Demgemäß sind die materiellen Einrichtungen und die Arbeitskräfte des Zirkulationsapparats für Marx begrifflich ein Teil der „Produktivkräfte“. Dies muß festgestellt werden, unabhängig von anderslautenden Produktionsbegriffen unserer heutigen Wissenschaft.

Nun ist jedoch speziell in der Lebens- und Genußmittelproduktion die Tendenz zum Großbetrieb nicht allgemein. Marx selbst erklärt auf S. 99, „Kapital“, Band 2, 6. Aufl. 1921:

> „Je vergänglicher eine Ware, je unmittelbarer nach ihrer Produktion sie daher verzehrt, also auch verkauft werden muß, desto geringerer Entfernung von ihrem Produktionsort ist sie fähig, desto enger also ihre räumliche Zirkulationssphäre, desto lokalerer Natur ihr Absatzmarkt. Je vergänglicher daher eine Ware, je größer durch ihre physische Beschaffenheit die absolute Schranke ihrer Umlaufszeit als Ware, desto weniger eignet sie sich zum Gegenstand der kapitalistischen Produktion. Letzterer kann sie nur anheimfallen an volkreichen Plätzen, oder im Maß wie die lokalen Abstände durch Entwicklung der Transportmittel zusammenrücken. Die Konzentration der Produktion eines Artikels in wenigen Händen und an einem volkreichen Platz kann aber relativ großen Markt auch für solche Artikel schaffen, wie z. B. bei großen Bierbrauereien, Milchereien usw.“

Diese Ausführungen behalten trotz aller inzwischen eingetretenen technischen Umwälzungen in der Konservierung und Konvertierung der Kolonialwarenprodukte, auch für die Differenzierung im Detailhandel, relative Richtigkeit. Die Überwindung von Raum und Zeit im Kapitalismus, wie sie Sombart begründet und wie sie ebenso für den Konsumgenossenschaftsgedanken gilt, hat hier in der Tat immer noch Hindernisse. Zur Überwindung des dadurch bedingten Kleinbetriebs ist die (auf der Stetigkeit und Konzentration des örtlichen Konsums begründete) lokale und zentrale Eigenproduktion der Konsumgenossenschaften mitberufen. Zwar sind noch viele praktische Fragen nicht endgültig gelöst und deshalb der Verwirklichung noch ferngerückt — man denke nur an den Schlächtereigroßbetrieb oder gar an das Molkereiproblem —, absolute Schranken der Entwicklung sind jedoch nicht zu erkennen, bei wachsendem Umsatz der Mitglieder und vor allem bei wachsender, planmäßiger Stärkung des zentralen und regionalen Wirtschaftsaufbaues.

Die Gesamtwirkung am Ende der Entwicklung würde Marx planmäßig rationalisierte Zirkulation der Konsummittel durch organisierte Produktion nennen. Damit bedeutet die Entwicklung zum genossenschaftlichen Großbetrieb die Ermöglichung der „materiellen Existenzbedingungen“ kommender „Produktionsverhältnisse“.

---

[1] Über den Begriff der „Verteilungsverhältnisse“ von Marx vgl. ebenfalls „Kapital“, 3. Bd., 2. Teil, 5. Aufl. 1921, 51. Kap. des 7. Abschn., S. 413 ff.

Wie weit bezüglich aller Gebrauchs- und Verbrauchsgüter die Entwicklung auf konsumgenossenschaftlicher Seite geht, bleibe dahingestellt. Wesentlich ist für die heutige Konsumgenossenschaft die Tendenz zu diesem Ziel, und darauf kommt es in unserem Zusammenhang an. Die konsumgenossenschaftliche Stärkung der Tendenz zum Großbetrieb in Gebieten, in denen diese mangelhaft vorliegt, kann völlig in die Begriffsreihen der ökonomischen Geschichtstheorie eingeordnet werden. Es ist für die ökonomische Geschichtstheorie eine sekundäre Frage, welche ideellen Besonderheiten hinter dieser neuen Tendenz zum Großbetrieb stehen; maßgebend ist die sachliche historische Wirkung.

Ferner ist auf die Bildung neuer „Produktionsverhältnisse" durch die Konsumgenossenschaft hinzuweisen. Die Konsumgenossenschaft hebt im inneren Tauschverkehr das Produktionsverhältnis „Ware" auf. Sie setzt an seine Stelle eine genossenschaftliche Zusammenfassung von Käufer und Verkäufer zu einer neuen Einheit, die mit geringerem Aufwand und höheren Leistungen die Güterversorgung übernehmen will.

Hier setzt nun die Hauptkritik zahlreicher Genossenschaftssozialisten ein. Innerhalb der bestehenden ökonomischen Struktur der Gesellschaft sei die Bildung neuartiger „Produktionsverhältnisse" durch die negative Ideologie, nach der ökonomischen Geschichtstheorie, nicht möglich. — Diese Auffassung kann jedoch in den Werken und sonstigen Äußerungen von Karl Marx durch keine einzige Stelle belegt werden. Wesentlich ist die lediglich teilweise Aufhebung des Produktionsverhältnisses „Ware", eben soweit die Konsumgenossenschaft überhaupt besteht. Das Produktionsverhältnis „Ware" als eine abstrakte Grundnorm, im Sinne der Marx'schen „ökonomischen Struktur der Gesellschaft", wird in keiner Weise beseitigt. Nur seine unendlich zahlreichen Erscheinungen werden in einzelnen Fällen grundsätzlich — obwohl nicht äußerlich (innerer Tauschverkehr!) — aufgehoben. Das ist entscheidend für die Einfügung in die ökonomische Geschichtstheorie.

Die Kritik der Genossenschaftssozialisten an Marx wird widerlegt durch Äußerungen von Marx selbst. Das Produktionsverhältnis „Kapital" kann nach ihm schon innerhalb der bestehenden Gesellschaft teilweise aufgehoben werden. Im „Kapital", Bd. 3, 1. Teil, 5. Auflage 1921, heißt es auf S. 427:

> Die „Kooperativfabriken der Arbeiter selbst sind, innerhalb der alten Form, das erste Durchbrechen der alten Form, obgleich sie natürlich überall, in ihrer wirklichen Organisation, alle Mängel des bestehenden Systems reproduzieren und reproduzieren müssen. Aber der Gegensatz zwischen Kapital und Arbeit ist innerhalb derselben aufgehoben, wenn auch zuerst nur in der Form, daß die Arbeiter als Assoziation ihr eigener Kapitalist sind, d. h. die Produktionsmittel zur Verwertung ihrer eigenen Arbeit verwenden. Sie zeigen wie, auf einer gewissen Entwicklungsstufe der materiellen Produktivkräfte und der ihr entsprechenden gesellschaftlichen Produktionsformen, naturgemäß aus einer Produktionsweise sich eine neue Produktionsweise entwickelt und herausgebildet. Ohne das aus der kapitalistischen Produktionsweise entspringende Fabriksystem könnte

sich nicht die Kooperativfabrik entwickeln, und ebensowenig ohne das aus derselben Produktionsweise entspringende Kreditsystem. Letzteres, wie es die Hauptbasis bildet zur allmählichen Verwandlung der kapitalistischen Privatunternehmungen in kapitalistische Aktiengesellschaften, bietet ebensosehr die Mittel zur allmählichen Ausdehnung der Kooperativunternehmungen auf mehr oder minder nationaler Stufenleiter. Die kapitalistischen Aktienunternehmungen sind ebensosehr wie die Kooperativfabriken als Übergangsformen aus der kapitalistischen Produktionsweise in die assoziierte zu betrachten, nur daß in einem der Gegensatz negativ und in den anderen positiv aufgehoben ist".

Marx hat hier zweifellos nur Produktivgenossenschaften im Auge gehabt. Er hat — was hiefür bezeichnend ist — diese genossenschaftlichen Äußerungen in das (übrigens heute noch lesenswerte) 27. Kapitel: „Die Rolle des Kredits in der kapitalistischen Produktion", S. 420 ff., eingefügt und die Bedeutung des kapitalistischen Kredits für die industrielle Produktivgenossenschaft klar hervorgehoben. Er hat die Mängel der für den Markt produzierenden Produktivgenossenschaft durchaus erkannt.

Gerade vom Marxschen Standpunkt liegt indessen nichts näher als der Beginn beim Produktionsverhältnis „Ware", nicht beim Produktionsverhältnis „Kapital", also die Ersetzung der Produktivgenossenschaft durch die Konsumgenossenschaft, mit zunehmender Eigenproduktion. Diese tendiert ebenfalls zur vollen Produktivgenossenschaft, entwickelt sich jedoch mit ungleich vollkommeneren Methoden und Sicherungen, vor allem als organisierte Konsumgenossenschaft.

Aber auch die Konsumgenossenschaft selbst, speziell den Konsumverein Rochdale,[1] hat Marx im „Kapital" — wenn auch ganz kurz — ausdrücklich positiv gewürdigt. Im „Kapital", Bd. 1, Volksausgabe, S. 279, bemerkt Marx in der Fußnote 21:

„. . . . . Dasselbe Blatt entdeckt als Grundmangel der Rochdaler genossenschaftlichen Versuche: „Sie bewiesen, daß Arbeitergenossenschaften Kramläden, Fabriken und beinahe alle Formen der Industrie mit Erfolg handhaben können, und sie verbesserten außerordentlich die Lage der Leute selbst, aber!, aber dann ließen sie keinen sichtbaren Platz für Kapitalisten offen." Schrecklich!"

Man mag über Fußnotenzitate lächeln, bei Marx sind sie immer wichtig. Leider hat sich die Auffassung, Marx hätte im „Kapital" die Konsumgenossenschaften seit Rochdale sozusagen totgeschwiegen, noch bis heute hartnäckig erhalten.[2] Marx pflegte Blätter, wie den „Spectator", über die er sehr verächtlich dachte, gewöhnlich nicht zu zitieren. Es kann also kein Zweifel darüber bestehen, daß Marx die ängstlichen Auslassungen des „Spectator" für wichtig gehalten hat. Zugleich zeigt aber diese Stelle deutlich

---

1) Den älteren.

2) So Kulemann, a. a. O., Bd. 2, S. 200: „Die Konsumgenossenschaften werden von Marx überhaupt nicht erwähnt."

die Unhaltbarkeit der These, Marx hätte die Konsumgenossenschaft sehr gering oder gar negativ eingeschätzt. Tatsächlich hat Marx durch diese Zitierung des „Spectator" die Rochdaler Idee der konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktion bejaht. Es ist im übrigen der Zweck des „Kapital" in Betracht zu ziehen. Marx untersucht in den Bänden seines „Kapital" die „tatsächlichen ökonomischen Gesetze des Kapitalismus". Eine eingehendere Analyse der Gegentendenzen war zunächst gar nicht seine Aufgabe. Er hätte sonst im „Kapital" z. B. der Gewerkschaftsbewegung erhöhte Beachtung geschenkt.

In der Literatur wird häufig die Genfer Resolution (1866) angeführt; sie ist von Marx verfaßt und lautet: [1]

„Es ist die Angelegenheit der internationalen Arbeiterassoziation, die von selbst entstehenden Bewegungen der Arbeiterklasse zu verbinden, zu verallgemeinern und ihnen Einförmigkeit zu geben, aber nicht zu diktieren oder doktrinäre Systeme irgend welcher Art aufzudrängen. Der Kongreß sollte deshalb kein Spezialsystem der Kooperation proklamieren, sondern sich auf die Erklärung einiger allgemeiner Grundsätze beschränken:

a) Wir anerkennen die Kooperativbewegung als eine der Verwandlungsgewalten der gegenwärtigen Gesellschaft, welche auf Klassengegensätzen beruht. Ihr großes Verdienst besteht darin, praktisch zu zeigen, daß das tatsächliche verarmende und despotische System der Unterjochung der Arbeit unter das Kapital aufgehoben werden kann durch das Wohlstand erzeugende und republikanische System der Assoziation von freien und gleichen Produzenten.

b) Aber die Kooperativbewegung, beschränkt auf die zwerghaften Formen der Entwicklung, welche ihr individuelle Lohnarbeiter geben können durch ihre Verbindungen, ist nicht imstande, durch sich selbst die kapitalistische Gesellschaft umzugestalten. Um die soziale Produktion in ein großes und harmonisches System der freien und kooperativen Arbeit zu verwandeln, bedarf es allgemeiner gesellschaftlicher Veränderungen, Veränderungen der allgemeinen Bedingungen der Gesellschaft, welche nie verwirklicht werden können ohne die organisierten Gewalten der Gesellschaft; nämlich: die Staatsmacht muß aus den Händen der Kapitalisten und Landeigentümer genommen und von den Arbeitern selbst geübt werden.

c) Wir empfehlen den Arbeitern, sich vielmehr auf Kooperativproduktion als auf Kooperativkrämereien einzulassen. Die letzteren berühren nur die Oberfläche des heutigen ökonomischen Wesens, die ersteren greifen es in seinen Grundfesten an.

d) Wir empfehlen allen Kooperativgesellschaften, einen Teil ihres Gesamteinkommens in einen Fonds für Propaganda zu verwandeln, ihre Grundsätze sowohl durch Beispiele als durch Vorschriften, in anderen Worten durch Beförderung der Errichtung von neuen Geschäften zur

---

1) Diese Resolution ist zitiert nach Hermann Müller, „Karl Marx und die Gewerkschaften" Berlin 1918, S. 37 ff.

Kooperativproduktion, durch theoretische und praktische Anleitung zu lehren und zu predigen.

e) Um zu verhindern, daß Kooperativgesellschaften in gewöhnliche bürgerliche Kommanditgesellschaften entarten, sollten alle Arbeiter in deren Beschäftigung, ob Aktionäre oder nicht, gleichen Anteil haben. Als ein bloß zeitweiliges Mittel sind wir willens, zuzugeben, daß die Aktionäre eine niedrige Rate Zinsen erhalten.

Hier hat Marx unter „Kooperativproduktion" vielleicht nur reine Produktivgenossenschaften verstanden; es könnte jedoch auch selbstproduzierende Konsumgenossenschaften anstelle des Ausdrucks „Kooperativproduktion" gesagt werden, ohne die Tendenz des Punktes c) dieser Resolution, sowie der Resolution überhaupt in Frage zu stellen. Zur Würdigung der ganzen Resolution müssen außerdem die „zwerghaften Formen der Entwicklung", vor allem das Fehlen ausreichender und allgemeiner Ansätze zu umfangreicher Eigenproduktion der Konsumgenossenschaften zur Zeit der Abfassung dieser Resolution berücksichtigt werden. Ferner muß die Art des Zustandekommens einer solchen (einstimmig angenommenen) Resolution beachtet werden. Es mußte eine für alle Länder geltende und annehmbare Fassung vereinbart werden. Deshalb ein Kompromiß der französischen Produktivgenossenschaft mit der englischen Konsumgenossenschaft. Daher auch die allgemeine Formulierung. Gegen die Konsumgenossenschaft kann jedenfalls diese Resolution nicht herangezogen werden.

Noch schärfer faßt Marx seine Ablehnung der „Nur-Genossenschafter" im 1. Band des „Kapital" zusammen:[1]

„Robert Owen, der Vater der Genossenschaftsfabriken und -läden, der jedoch, wie früher bemerkt, die Illusionen seiner Nachtreter über die Tragweite dieser isolierten Umwandlungselemente keineswegs teilte, ging nicht nur tatsächlich in seinen Versuchen vom Fabriksystem aus, sondern erklärte es auch theoretisch für den Ausgangspunkt der sozialen Revolution".

Hans Müller[2] ist auf der Suche nach genossenschaftlichen Stellen im „Kapital" auf eine falsche geraten. Im Band 2 des „Kapital", 6. Aufl. 1921, heißt es auf Seite 92:

„ . . . Denn der Kapitalismus ist schon in der Grundlage aufgehoben durch die Voraussetzung, daß der Genuß als treibendes Motiv wirkt, nicht die Bereicherung selbst."

Diese Stelle scheint allerdings etwas bestechend Genossenschaftliches zu enthalten. Sie ist jedoch von Hans Müller aus dem Zusammenhang gerissen und lautet vielmehr folgendermaßen:[3]

„Kommen wir nun zur Reproduktion. Gesetzt, der Kapitalist verzehre den ganzen Mehrwert g und setze nur die ursprüngliche Kapital-

---

[1] S. Volksausgabe, S. 443, Anmerkung 322.

[2] S. „Von der liberalen zur sozialen Genossenschaftstheorie", S. 34, außerdem: Konsumgenossenschaftliche Rundschau, Nr. 25 vom 21. Juni 1924.

[3] S. 91 ff.

größe C wieder in produktives Kapital um. Jetzt ist die Nachfrage des Kapitalisten gleichwertig mit seiner Zufuhr. Aber nicht . . . in seiner Funktion als Kapitalist, sondern für sein Privatbedürfnis oder Vergnügen . . . . . Diese Voraussetzung ist gleich Voraussetzung der Nichtexistenz der kapitalistischen Produktion und daher der Nichtexistenz des industriellen Kapitalisten selbst. Denn der Kapitalismus ist schon in der Grundlage aufgehoben durch die Voraussetzung, daß der Genuß als treibendes Motiv wirkt, nicht die Bereicherung selbst. Sie ist aber auch technisch unmöglich. Der Kapitalist muß nicht nur ein Reservekapital bilden gegen Preisschwankungen und um die günstigsten Konjunkturen für Kauf und Verkauf abwarten zu können; er muß neues Kapital akkumulieren, um damit die Produktion auszudehnen und die technischen Fortschritte seinem produktiven Organismus einzuverleiben."

Diese Ausführungen können ihrem Sinn nach auch auf die Konsumgenossenschaft angewandt werden, denn auch der Konsumgenossenschaftsgedanke ist schon in der Grundlage aufgehoben durch die Voraussetzung, daß die Umsatzdividende als treibendes Motiv wirkt, nicht die assoziative Sparleistung selbst. Das Zitat Hans Müller's besagt also genau das Gegenteil; irgend welche Genossenschaften hat Marx in diesem Fall nicht im Auge gehabt.

Es ergibt sich: Auch nach der ökonomischen Geschichtstheorie hängt es lediglich von den einzelnen sachlichen Möglichkeiten ab, wie und wie weit eine neue (den bestehenden Produktionsverhältnissen fremde) Idee ökonomische Organisationen aufbauen kann.

Es ergibt sich ferner die Möglichkeit, auch für die ideellen Besonderheiten innerhalb der Konsumgenossenschaft die Grundlage der Lösungen im Sinn der ökonomischen Geschichtstheorie zu bringen. Wesentlich ist hiernach ein Unterschied zwischen der Leitung der Konsumgenossenschaft und den Mitgliedern. Die Leitung lebt nicht nur in der Eigenart der Organisation, sondern — immer noch zu sehr — in den Tauschbeziehungen zu privaten Einzelwirtschaften (Erwerbswirtschaften), außerdem in der Wertrechnung, insbesondere in der tatsächlich doch auch „kapitalistisch bedingten" betrieblichen Kalkulation und Erfolgsrechnung. Diese Bezogenheit der Konsumgenossenschaften zu den „Produktionsverhältnissen" der Gesamtwirtschaft schließt nach den grundlegendsten Lehren der ökonomischen Geschichtstheorie eine unmittelbare, bewußte, klassenartige Gegnerschaft gegen die Gesamtheit der „kapitalistischen Produktionsverhältnisse" aus.

Anders sehen die Ergebnisse der ökonomischen Geschichtstheorie bezüglich der Mitgliedschaft aus. Zunächst ist der Klassenbegriff von Karl Marx auch von diesem Standpunkt nicht der gegebene Anhaltspunkt. Marx hat zwar seinen Klassenbegriff leider nicht in einer besonderen Untersuchung eingehend formuliert. Krankheit verhinderte ihn, das 52. Kapitel (überschrieben mit „Die Klassen") des 3. Bandes (2. Teil) seines „Kapital" zu Ende zu führen. Das Fragment ist sehr klein, erlaubt aber doch im Anschuß an seine sonstigen

Äußerungen sowie im Zusammenhang seines Systems sichere Schlußfolgerungen. Die Größe des Einkommens ist hienach kein Kriterium für die Zugehörigkeit zu irgend einer Klasse. Das gilt insbesondere für den R. Weber'schen Begriff der „Klasse der Minderbemittelten". Als von Marx ableitbar, wie es auch R. Weber versucht, kann er nicht gelten. Das Marx'sche Klassenkriterium bezieht sich vielmehr auf das „Produktionsververhältnis", also auf die Art und das gesellschaftliche Ausmaß der Wirtschaftsbeziehungen von Wirtschaftssubjekten zueinander. Gleichgroßes Einkommen schließt demnach verschiedene Klassenzugehörigkeit und entsprechend grundsätzlich verschiedene „Ideologien" nicht aus. Solche Unterschiede bestehen auch im Konsumverein: z. B. Lohnarbeiter, Handwerker, Bauern, sind Repräsentanten verschiedenster Anschauungen. Es muß also etwas anderes sein, was sie zum Erwerb der Mitgliedschaft treibt. Im kommenden Kapitel wird zu zeigen sein, wie gerade vom Standpunkt der ökonomischen Geschichtstheorie dieses Gemeinsame herausgearbeitet werden kann und wie dadurch auch R. Weber's „Minderbemittelte" zu ihrem Rechte kommen. Wenn der Klassenbegriff in seiner Anwendbarkeit ausscheidet, ist es ausgeschlossen, direkte Akte der Mitglieder, wie die Güterentnahme, mit besonderer Berücksichtigung der „**geg**"-Artikel und die Arbeit für den genossenschaftlichen Zusammenschluß schlechtweg als „Klassenkampf" im Marxschen Sinn zu bezeichnen.

1. Klassenkampf erscheint nach Marx zunächst als eine Gegensätzlichkeit (und zwar auch eine ideologische) gegen die positiven Träger der „ökonomischen Struktur der Gesellschaft", also der „Gesamtheit der Produktionsverhältnisse".

2. Das Wesen des Klassenkampfs ist jedoch nach Marx begründet in der inneren Dialektik des Produktionsverhältnisses selbst; dieses muß eine „Medaille" und eine „Kehrseite" haben, wie Marx populär sagt. Es muß zweiseitig sein, Träger und Opponent umfassen, die sich gegeneinander organisieren und ihr konkretes Kräfteverhältnis — dargestellt vor allem im Staat — jeweils verschieben. Deshalb auch das „Produktionsverhältnis Kapital" bei Marx als Quelle des Klassenkampfes, verursacht durch seinen dialektischen Gehalt. Hören wir eine psychologische Folgerung daraus von Marx selbst:[1])

> „Die Autorität, die der Kapitalist als Personifikation des Kapitals im unmittelbaren Produktionsprozeß annimmt, die gesellschaftliche Funktion, die er als Leiter und Beherrscher der Produktion bekleidet, ist wesentlich verschieden von der Autorität auf der Basis der Produktion mit Sklaven, Leibeigenen usw. Während, auf der Basis der kapitalistischen Produktion, der Masse der unmittelbaren Produzenten der gesellschaftliche Charakter ihrer Produktion in der Form streng regelnder Autorität und eines als vollständige Hierarchie gegliederten gesellschaftlichen Mechanis-

[1]) S. „Kapital", Bd. 3, 2. Teil, 5. Aufl., Hamburg 1921, S. 148. — Diese Ausführungen haben auch Bedeutung für unseren Beitrag zur Entstehung des Verbraucherbewußtseins (s. unten S. 181 ff.

mus des Arbeitsprozesses gegenübertritt — . . . . — herrscht unter den Trägern dieser Autorität, den Kapitalisten selbst, die sich nur als Warenbesitzer gegenübertreten, die vollständigste Anarchie, innerhalb deren der gesellschaftliche Zusammenhang der Produktion sich nur als übermächtiges Naturgesetz der individuellen Willkür gegenüber geltend macht."

Diese Worte sind auch auf die Konsumgenossenschaft anwendbar, sie bestätigen unseren obigen Hinweis auf die Unanwendbarkeit des Klassenkampfbegriffs von Karl Marx auf die Betriebsleitung der Konsumgenossenschaften; ferner deuten sie das schwierige Problem der Stellung des Genossenschaftsarbeiters im Betrieb an.

Der Klassenkampfbegriff[1] von Karl Marx ist als Erscheinung innerhalb der herrschenden Produktionsverhältnisse gedacht. Wenn jedoch das Mitglied im Konsumverein seine Güter holt, betätigt es sich nicht (wenigstens im Marx'schen Sinn nicht) gegensätzlich zum Händler, wie etwa der Lohnarbeiter in den Gewerkschaften gegen den Unternehmer rüstet, sondern er benutzt die Einrichtungen einer genossenschaftlichen Einheit, in der die Tauschbeziehung des Konsumenten zum Privathändler, die nach Marx unter den Oberbegriff „Produktionsverhältnis Ware" zu bringen ist, von vorneherein grundsätzlich aufgehoben ist. Hier rächt sich eben R. Weber's unrichtige Zerlegung der konsumgenossenschaftlichen Verteilung in rein privatrechtlich vorgestellte Kauf- und Verkaufsakte. Dadurch kommt er in dieser Hinsicht an das Wesentliche nicht heran. Hans Müller, der für diese obige Idee jahrzehntelang gekämpft hat, widerlegt damit jedoch seine eigenen Angriffe gegen die „Klassenkampftheorie" von Karl Marx. Eine solche gibt es im übrigen gar nicht. Sie ist eine vulgärmarxistische Einbildung, von der sich auch die genossenschaftssozialistische Marxkritik nicht frei gemacht hat. Es gibt nur eine ökonomische Geschichtstheorie, welche die Ursachen und Bedingtheiten des Klassenkampfes nach strenger Kausalität erklären will. Mag Marx seine eigene Methode nicht streng eingehalten haben, was ihm — in Anbetracht der Zeitumstände, die eine propagandistische Tätigkeit seinerseits erforderten, — nicht verübelt werden kann, — für sein System ist dies völlig belanglos. Die Konsumgenossenschaft führt keinen Kampf der Verbraucher gegen den Händler, sondern überwindet diesen Interessengegensatz durch ihre eigene genossenschaftliche Organisation. Um ihre Leistungen zu erhöhen, will sie aus positiv genossenschaftlichem Willen — gemäß unseren Hauptprinzipien (s. § 1) — die Verbraucher zusammenfassen. So ist die Wirklichkeit.

Die Klassenkampfphrase in der literarischen Konsumgenossenschaftsbewegung kann sich — soweit sie in der Gegenwart noch aufrecht erhalten wird — auf Marx keineswegs berufen. Übrigens hat Marx selbst in der oben wiedergegebenen Genfer Resolution mit keinem Wort von der Möglichkeit oder gar von der Zulässigkeit des Klassenkampfes bezüglich der „Kooperativbewegung" gesprochen. Hätte er wirklich die gesamte „Kooperativbewegung"

[1] Marx würde es mit aller Schärfe und beißender Ironie abgelehnt haben, das Produktionsverhältnis „Ware" neben dem Produktionsverhältnis „Kapital" zu einer selbständig erklärten Quelle des „Klassenkampfes" zu deduzieren.

(die — wie die Produktionsgenossenschaften — sogar teilweise das Produktionsverhältnis „Kapital" beseitigen will — nach der Klassenkampftheorie ultraradikalster Klassenkampf —) für Klassenkampf gehalten, so hätte er selbstverständlich seine publizistische Begabung aufgeboten, um auf dem Genfer Kongreß und literarisch ein solches Prinzip zu propagieren. Aber er hat es nicht getan. Seine Formulierung („eine der Verwandlungsgewalten der gegenwärtigen Gesellschaft, welche auf Klassengegensätzen beruht") soll hier nicht eingehend interpretiert werden. R. Weber folgert immerhin [1]) aus diesem Satz, Marx hätte damit zweifellos die Möglichkeit „neutraler Wirtschaftsgebilde" durch die Betonung der Arbeitergenossenschaften, also der Klassengegensätze, ausgeschlossen. (R. Weber's Begriff „neutral" muß, nebenbei bemerkt, trotz aller klaren, systematischen Ableitung, den Eindruck erwecken: der Konsumgenossenschaftsgedanke selbst ist in ihm nicht beachtet oder mindestens nicht begrifflich ausgenutzt). Farblose, nichtssagende „Neutralität" im Sinn einer Ablehnung bewußter, grundsätzlicher Stellungnahme zur wirtschaftlichen Umwelt bedeutet die Konsumgenossenschaft allerdings nicht. Eine solche „Neutralität" hat auch in der praktischen Konsumgenossenschaftsbewegung, speziell des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, niemand ernstlich behauptet. Soweit fremde Wirtschaftsgebilde mit der wirtschaftlichen Interessensphäre des Konsumgenossenschaftsgedankens in gegensätzliche Berührung kommen, bestehen Grundsätze; diese werden mit konsumgenossenschaftlichen Gesichtspunkten, unter Umständen äußerst scharf, behandelt. [2]) Bezüglich des Marx-Zitats spricht der Wortlaut wie der Sinn der Resolution durchaus gegen die Hypothese R. Weber's. Marx formuliert in Teil a) ganz präzis die Beseitigung des Klassengegensatzes in der „Kooperativproduktion"; gerade deshalb bezeichnet er sie ja als „eine der Verwandlungsgewalten der gegenwärtigen Gesellschaft". Auch die Besonderheit der „Kooperativbewegung" und damit auch der Konsumgenossenschaft hebt hier Marx, was R. Weber nicht genügend beachtet hat, unter a) deutlich hervor. Das „Wohlstand erzeugende und republikanische System der Assoziation", also der Genossenschaftlichkeit — der Wirkung (wenn auch nur für eine primitiv gedachte Form) hier Marx sehr gut veranschlagte — ist, wenn man will, in der Tat „unneutral", weil sie sich von den Wirtschaftsprinzipien der Umwelt, so sehr sie im einzelnen von letzterer bedingt sein kann, doch im ganzen grundsätzlich unterscheidet. Das ist jedoch in der Konsumgenossenschaftsbewegung, speziell im Zentralverband deutscher Konsumvereine, jederzeit genügend betont worden.

Der letzte — hauptsächlich von Hans Müller betonte — Einwand gegen Marx geht von den in seinem System sich ergebenden sogenannten Produ-

---

[1]) A. a. O., S. 10.

[2]) Diese Einwendung gegen den R. Weber'schen Neutralitätsbegriff wäre weniger erheblich, wenn R. Weber nicht von „Unneutralität" („des Seins") sofort auf die Anwendbarkeit seines noch zu erwähnenden Klassenkampfbegriffes schließen würde, woraus er zum Fehlschluß einer Bezeichnung und Normierung der unmittelbaren Konsumgenossenschaft als „Klassenkampf" schlechthin gelangt. Hierüber auch in § 6.

zenteninteressen („Klasseninteressen") aus, während die Konsumgenossenschaftsbewegung auf den „allgemeinen Konsumenteninteressen" beruhe. Diese Einwände und Ausdrücke beruhen auf fundamentalen Irrtümern. In den folgenden Paragraphen wird auf sie einzugehen sein.

§ 6. Die Mitglieder

I. Das Verbraucherbewußtsein

1. Die Stellung des Konsumenten[1]

a) Nach Marx

Maßgebend für Art und Umfang der produzierten wie der „zirkulierten" Waren ist in der modernen kapitalistischen[2] Geldwirtschaft nach Marx die abstrakte Verwertung des investierten Kapitals. Die „Produktionspreise" der Konsummittel (einschließlich der Monopolpreise) erfahren marktmäßig zwar Schwankungen und Änderungen; diese werden jedoch als bloße Abweichungen des ökonomisch — für Marx — allein relevanten Zustandes der „Deckung von Nachfrage und Zufuhr" erklärt. Hierauf gründet sich eine völlig dialektische Auffassung. Alle (bis zum letzten Zwischenhandelsglied realisierten) Preise der Konsumgüter erscheinen einerseits nur dem letzten Konsumenten „vorgeschossen". Sämtliche Umsätze müssen also schließlich vom letzten Konsumenten anerkannt werden; andernfalls haben sämtliche Transformationen ökonomisch keinen Sinn. Diese entscheidende Stellung des Konsumenten im „Zirkulationssystem" veranschaulicht Marx folgendermaßen:[3]

„Nimm irgend einen Artikel, z. B. leinene Hemden. Erst hat der Spinner vom Leinengarn dem Flachsbauer den ganzen Wert des Flachses zu zahlen, also Flachssamen, Düngemittel, Arbeitsviehfutter usw. nebst dem Wertteil, den das fixe Kapital des Flachsbauers, wie Baulichkeiten, Ackergeräte usw. an dies Produkt abgibt; den in der Produktion des Flachses bezahlten Arbeitslohn, den Mehrwert (Profit, Grundrente) der im Flachs steckt; endlich die Frachtkosten des Flachses von seiner Produktionsstätte zur Spinnerei. Dann hat der Weber dem Spinner des Leinengarns nicht nur diesen Preis des Flachses zurückzuerstatten, sondern auch den Wertteil der Maschinerie, Baulichkeiten usw., kurz des fixen Kapitals, der auf den Flachs übertragen wird, ferner alle während des Spinnprozesses verzehrten Hilfsstoffe, Arbeitslohn der Spinner, Mehrwert usw., und so geht es weiter mit dem Bleicher, den Transportkosten

---

[1]) Es können im Rahmen dieser Darstellung lediglich zwei Gruppen von Theorien über die Stellung des Konsumenten herausgegriffen werden.

[2]) Namentlich seit dem Erscheinen grundsätzlicher Erörterungen über „Kapitalismus" und „Sozialismus" aus Pohle's Schule dürfen diese Begriffe als endgültig eingeführt bezeichnet werden.

[3]) S. „Kapital", 2. Bd., 6. Aufl. 1921, S. 410. Dieselbe Stelle wird zitiert von Karl Renner, a. a. O., S. 109.

der fertigen Leinwand, endlich den Hemdenfabrikanten, der den ganzen Preis aller früheren Produzenten bezahlt hat, die ihm nur sein Rohmaterial geliefert haben. In seiner Hand findet nun fernerer Wertzusatz statt, durch Wert teils des konstanten Kapitals, das in der Form von Arbeitsmitteln, Hilfsstoffen usw. in der Hemdenfabrikation verzehrt wird, teils durch die darin verausgabte Arbeit, die den Wert des Arbeitslohns der Hemdenmacher plus dem Mehrwert des Hemdenfabrikanten zusetzt. Dies ganze Hemdenprodukt koste nun schließlich 100 Mk., und dies sei der Anteil am ganzen jährlichen Produktenwert, den die Gesellschaft in Hemden verausgabt. Die Konsumenten der Hemden zahlen die 100 Mk., also den Wert aller in den Hemden enthaltenen Produktionsmittel wie den Arbeitslohn plus Mehrwert des Flachsbauers, Spinners, Webers, Bleichers, Hemdenfabrikanten, sowie sämtlicher Transporteure".

Dieser formal entscheidenden Stellung des Konsumenten in der Gesamtwirtschaft entspricht jedoch nach Karl Marx seine faktische Bedeutungslosigkeit: solange rein kapitalistische Tendenzen walten, wird sich der individuelle Konsument — ein solcher ist er nur — seiner ökonomischen Macht gar nicht bewußt.

b) Nach den subjektiven Theorien

In den subjektiven Wirtschaftstheorien ist der obige dialektische Widerspruch verschwunden. In der Wirtschaft dient hier von vorneherein alles dem Menschen; seine Bedürfnisbefriedigung ist Zweck allen Wirtschaftens überhaupt, ohne Beziehung auf historisch-konkrete Wirtschaftsprinzipien, vielmehr in diesen von selbst verwirklicht. Demgemäß werden in der Grenznutzentheorie die Marktpreise der Konsummittel — von allem Speziellen, wie dem Gesetz der Grenzpaare abgesehen — doch letzten Endes zurückgeführt auf die jeweils subjektiven Beziehungen der Gütervorräte zu den Bedürfnissen des Konsumenten, d. h. zu der (mit Hilfe des Grenznutzens erklärten) Struktur seines (als eingeteilt gedachten) Verwendungsfonds. Auf dieser Basis besteht — gemäß dem hier allen Wirtschaftsstufen immanten Zweck der Bedürfnisbefriedigung — ein von vorneherein allgemein vorhandenes regulatives Konsumenteninteresse. Hierauf fußt auch Hans Müller's „Allgemeines Konsumenteninteresse", das er nur formal behauptet, wie R. Weber[1] richtig erwähnt.

2. Zur Entstehung des Verbraucherbewußtseins

Für den Lohnarbeiter ergibt sich folgende Einteilung:

a) Mit der Entstehung der Fabrik tritt dem Handarbeiter der Unternehmer als „Autorität" (Marx), als konzentrierter Wille gegenüber. Infolge der Neuheit des ganzen Systems, speziell aber infolge geringer Löhne und hoher Arbeitszeit repräsentierte der Lohnarbeiter schon in den 50er und 60er Jahren in Deutschland einen triebhaften Selbsterhaltungsinstinkt. Dieser

[1] A. a. O., S. 42.

richtete sich zunächst mehr gegen die Maschinen und gegen den individuellen Unternehmer. Der übermäßige Hang zur Borgwirtschaft charakterisiert ebenfalls diese Zeit.

b) Im Laufe der industriellen Entwicklung verschärfte sich die Spannung zwischen Lohngeber und Lohnempfänger; der gewerkschaftliche Zusammenschluß lehrte, den Blick auf den Unternehmer als Klasse zu lenken. Es entwickelte sich im Lohnempfänger die Vorstellung, in dem „kapitalistischen System" sei der Arbeitslohn, den er zu Hause mit seiner Familie konsumiert, lediglich ein Mittel zur „Reproduktion der Arbeitskraft" (Marx); er selbst sei für den Unternehmer lediglich „Zubehör des Produktionsprozesses" (Marx). Im Zusammenhang mit hoher Arbeitszeit erklärt sich hieraus die fast ausschlaggebende Rolle der Arbeitszeitfrage in der Entwicklung der gewerkschaftlichen Kämpfe. Aus dieser psychologisch nur allzu verständlichen negativen Konzentration des Bewußtseins der Lohnarbeiter auf die Machtstellung des industriellen Unternehmers erklärt sich weiter die ablehnende Stellungnahme der gewerkschaftlichen und politischen Arbeiterbewegung gegenüber den genossenschaftlichen Ideen eines Schulze-Delitsch, Pfeiffer und Huber. In den Theorien dieser Genossenschafter — soweit man von solchen sprechen kann — wird die gesamte soziale Frage in erster Linie durch Genossenschaften gelöst. Hieraus entstand schon ein allgemein-politischer Gegensatz zur damaligen Arbeiterbewegung.[1] Aus der oben kurz formulierten Einstellung der Lohnarbeiterschaft — sie war eine Widerspiegelung der Tatsachen — resultierte eine gedankenlose Automatik (sowohl Denk- wie Willensunfähigkeit) in der Verwendung des Lohnes. Charakteristisch war hiefür das von einem Teil der Führerschaft unterstützte „eherne Lohngesetz" von Lassalle.

c) Besonders in den 90er Jahren erfolgte allmählich in Deutschland eine entscheidende Neueinstellung der Massen. Die Erfolge des gewerkschaftlichen Zusammenschlusses, bezüglich Lohnhöhe, Arbeitszeit und Arbeitsvertrag überhaupt, waren bedingend. Der Handarbeiter empfand allmählich sein Dasein außerhalb der Fabrik nicht mehr als bloße „Ruhepause"; er begann sich in der „freien Zeit" persönlich zu entfalten. Hieraus erklärt sich eine entscheidende Wandlung in der Stellung des Handarbeiters zur Konsumgenossenschaft. In der zweiten Epoche war sein Wille nur auf Verbesserungen in der Gewinnung des Lohnes gerichtet. Das ändert sich nun. Das „eherne Lohngesetz" wird endgültig verlassen; die Verwendung des Lohnes beginnt die Massen teilweise zu interessieren. Es war dem denkenden Lohnarbeiter allmählich nicht gleichgültig, ob z. B. auf 120 000 Ein-

[1]) S. Hermann Fleißner, „Genossenschaften und Arbeiterbewegung", 2. Aufl. 1924, S. 14 ff. Übrigens hat auch Karl Marx sich ganz kurz in polemischer Weise geäußert. Er bemerkt im „Kapital", Bd. 1, Volksausgabe, S. 247, Fußn. 191: „Als Robert Owen kurz nach dem ersten Jahrzehnt dieses Jahrhunderts .... den Zehnstundentag wirklich in seine Fabrik .... einführte, ward das als kommunistische Utopie verlacht, ganz so wie seine „Verbindung von produktiver Arbeit mit Erziehung der Kinder", ganz wie die von ihm ins Leben gerufenen genossenschaftlichen Unternehmungen der Arbeiter. Heutzutage ist die erste Utopie Fabrikgesetz, die zweite figuriert als offizielle Phrase in allen Fabrikgesetzen und die dritte dient sogar schon zum Deckmantel reaktionärer Schwindeleien".

wohnerfamilien 6000 oder nur 200 Detailbetriebe kamen. Die Lohnarbeiter strömen zum Teil den Konsumgenossenschaften zu. Dies setzt in größeren Städten um die Mitte der 90er Jahre, allgemein aber um die Jahrhundertwende ein.

Ein Stück sozialpsychologischer Geschichte wurde hier kurz gestreift. Es ergibt sich eine Kette von „Wechselwirkungen" im Sinn der ökonomischen Geschichtstheorie. Der schlechte Arbeitsvertrag bedingt die Gewerkschaftsbewegung, der gewerkschaftliche Kampf bessert umgekehrt die Lage; die gebesserten Arbeitsverträge bedingen schließlich ein verallgemeinertes Streben nach Steigerung der Lebenshaltung. Die Äußerungen der gewerkschaftlichen und politischen Kongresse sind nur getreue Abbildungen solcher historischen Wandlungen.[1])

In sämtlichen anderen (nicht der Lohnarbeiterschaft zugehörigen) Schichten der Mitgliedschaft bedurfte es einer solchen Entwicklung im wesentlichen nicht. Die Berücksichtigung der Verwendung des Einkommens ist hier von vorneherein vorhanden; nur wird sie hier stärker modifiziert durch Einflüsse der Privatkonkurrenz, auf die noch zurückzukommen sein wird.

3. Das Wesen des Verbraucherbewußtseins

In der wissenschaftlichen Literatur sind die Ausdrücke „Produzenten"- und „Konsumenteninteresse" immer noch geläufig. R. Weber kommt nach einer kritischen Untersuchung des Hans Müller'schen Begriffes „allgemeines Konsumenteninteresse" zu dem Ergebnis:[2])

> „Es ergibt sich . . , daß in Konsumgenossenschaften diejenigen Klassen sich vereinen, deren Konsumenteninteresse dem Produzenteninteresse annähernd gleichkommt."

Das sind nach R. Weber „minderbemittelte" Schichten (Arbeiter, Angestellte, Beamte, Kleinrentner und ein gewisser Teil des gewerblichen und landwirtschaftlichen Mittelstandes). Unter dem „Produzenteninteresse" versteht R. Weber:[3])

> „Produzenteninteresse bedeutet nun das Interesse, das ein Wirtschaftssubjekt als Produzent an der Produktion, ihrer Organisation und ihren Begleitumständen hat."

Damit hat R. Weber — mit abstrakt-ökonomischer Methode zweifellos viel Schutt weggeräumt; der Wirklichkeit entspricht jedoch — für unser Objekt — diese Lösung nicht ganz. Eine sozialpsychologische Beobachtung der tatsächlichen Verhältnisse ergibt vielmehr die Unmöglichkeit einer allgemeinen begrifflichen Trennung in Produzenten- und Konsumenteninteresse für die Gegenwart bezüglich des Bewußtseins der Mitglieder einer Konsumgenossenschaft.

---

[1]) Die Änderung der offiziellen Stellungnahme der Sozialdemokratischen Partei zur Konsumgenossenschaftsbewegung wird häufig ohne Rücksicht auf die historische Bedingtheit dieser Änderungen lediglich von ganz einheitlichen Gesichtspunkten gewertet. So auch Cassau, „Die Konsumvereinsbewegung in Deutschland", S. 120 ff. — Ein solches Verfahren ist bedenklich.

[2]) A. a. O., S. 49.

[3]) Ebenda, S. 44.

Die Schwierigkeit, speziell in den abstrakt-ökonomischen Begriff „Produzenteninteresse" die Wirklichkeit hineinzupressen, sieht auch Reinhard Weber; er schreibt:[1])

„Wie in der abstrakten Theorie das Produktionsinteresse im Grunde ein Konsumenteninteresse ist, so umgekehrt in der kapitalistischen Wirtschaft das Konsumenteninteresse ein Produzenteninteresse. Die kapitalistische Produktion hat ein Interesse an möglichst umfangreicher Konsumtion, d. h. an möglichst hohem Absatz. Das Produktionsinteresse ist hier selbständig geworden, es ist hier kein Konsuminteresse mehr. Man hat hauptsächlich als Produzent Interesse daran, daß produziert wird. Produktions- und Produzenteninteresse nähern sich hier so, daß sie als Produzenteninteresse i. w. S. zusammengefaßt werden können. Es gibt in der kapitalistischen Wirtschaft kein Wirtschaftssubjekt ohne Produzenteninteresse in diesem Sinne."

Zu unterscheiden ist zunächst zwischen der Gewinnung und der Verwendung des Einkommens. Diese Unterscheidung hat immer noch einen stark formalen Charakter; sie hat jedoch den Vorzug umfassender Anwendbarkeit für die Konsumvereinsmitglieder in der Gegenwart, vor allem für Angehörige des selbständigen Mittelstandes, für Staats- und Gemeindebeamte, für freie Berufe, für kaufmännische und technische Angestellte, wie für die unselbständigen Lohnarbeiter. Reinhard Weber's Begriff „Produzenteninteresse i. w. S." scheitert an dem tatsächlichen Klassengegensatz; er ist speziell für den Lohnarbeiter nicht ausreichend. Die klassenmäßige Trennung des Lohnarbeiters vom Besitzer des Produktionsprozesses zerreißt das einheitliche „Produzenteninteresse" der mittelalterlichen Zunftverfassung und konzentriert das wirtschaftliche Interesse des Lohnarbeiters auf sein eigenes Einkommen. Bedenklich wäre es, aus Vorliebe für unhistorische Begriffe, sich diesen entscheidenden Wandlungen zu verschließen. Die sozialpsychologisch analysierbaren Typen des Unternehmers und des Lohnarbeiters spotten jedem toten Abstraktum des „Produzenteninteresses" im engeren oder im weiteren Sinn. Die Widersprüche des Lebens gegen ein solch allgemein angewandtes Schema des Produzenteninteresses sollten für R. Weber umso auffallender sein, als er selbst die unwissenschaftliche Phrase des „allgemeinen Konsumenteninteresses" zerpflückt.[2]) Er weist das allgemeine Konsumenteninteresse im Sinn einer allgemeinen Geltung für alle Klassen und Stände der Bevölkerung zurück und begründet ein Kriterium der „minderbemittelten Schichten": Produzenten- und Konsumenteninteresse kommen einander annähernd gleich. Damit ist R. Weber dicht vor der Lösung. Seine unhistorischen Begriffe können nur das unmittelbar Lebendige im Verbraucher nicht erfassen; dadurch kommt er am entscheidenden Punkt nicht weiter.

---

[1]) A. a. O., S. 46.

[2]) S. z. B. a. a. O., S. 52: „Die Ableitung der Neutralitätsforderung aus dem allgemeinen Konsumenteninteresse ist falsch, weil Ergebnisse oder Wahrscheinlichkeiten der reinen oder natürlichen Ökonomie unbesehen auf die durch eigene Gesetze bedingte herrschende Wirtschaftsverfassung übertragen werden; sie ist unzulänglich, weil dabei die gesellschaftlichen Bedingungen nicht berücksichtigt werden" usw.

Das entscheidende Kriterium für das Bewußtsein der Mitglieder einer Konsumgenossenschaft ist das Vorhandensein eines allgemeinen Strebens nach Erhöhung der Lebenshaltung. Dies sei im folgenden als (totales) Verbraucherbewußtsein bezeichnet.

Ein von vorneherein feststehender konsumtiver Zweck des Einkommens wird also unterstellt; seine effektive Knappheit (und zwar nicht seiner konkreten Höhe schlechtweg, sondern — gemäß unserem Prinzip des maximalen Verbrauchs — im Vergleich zu den jeweils subjektiven Verwendungszwecken[1]) wird vorausgesetzt. Es muß mit ihm gewirtschaftet werden; alle Methoden zur Sicherung der ökonomisch günstigsten Konsumtion werden durch das totale Verbraucherbewußtsein umfaßt; es handelt sich um die Ökonomisierung aller Faktoren der Lebenshaltung. Diese umfassen insbesondere:

1. Die Gewinnung des Einkommens, einschließlich der Voraussetzung einer Tendenz nach höheren Löhnen und verbesserten Arbeitsbedingungen in den eigenen Genossenschaftsbetrieben.
2. Die Verwendung des Einkommens zum täglichen Verbrauch und zur Anschaffung von Gebrauchsgütern, mit dem Ziel tunlichster Ausnutzung der Kaufkraft des Einkommens.
3. Die Spartätigkeit und Versicherung (s. § 2).
4. Der Wohnungs- und Siedelungsbau.

Spar- und Versicherungstätigkeit, sowie Siedelungs- und Bautätigkeit der Konsumgenossenschaften[2] sind die höchsten in die Zukunft gerichteten Äußerungen des (totalen) Verbraucherbewußtseins. Auf alle diese Gebiete muß sich die Tätigkeit einer umfassenden Konsumgenossenschaft der Zukunft erstrecken. Programmatisch ist hiefür der „Konsum-, Bau- und Sparverein „Produktion", Hamburg, e. G. m. b. H."

Nun kann sich allerdings das Verbraucherbewußtsein in einem seiner ökonomischen Betätigungsgebiete besonders stark äußern, je nach dem Druck von Gegentendenzen. (Ein Beispiel: Sorgen und Kämpfe in der Gewinnung des Einkommens stärken die entsprechenden Willensäußerungen der erwerbenden Teile der Familie, Sorgen der sparsamen Verwendung wirken (allerdings modifiziert, wie wir sehen werden) willensmäßig eher auf den entsprechenden anderen Teil). Der Sparsinn wird durch solch verschiedene Äußerungen weniger berührt. Es ist jedoch zu warnen vor einer Verwechslung der Erscheinungsformen mit dem Wesen des Verbraucherbewußtseins; letzteres ist eine Frage des Bewußtseins schlechthin, erstere sind eine Frage des Willens. Das Verwendungsinteresse kann nicht als völlig selbständig und so als Grundlage der Konsumgenossenschaft deduziert werden. Das totale Verbraucherbewußtsein ist von den naturgegebenen Komponenten Produktion und Konsum emanzipiert. Wie das Kapital in der modernen Wirtschaft

---

[1] S. R. Wilbrandt, „Ökonomie", 1. Teil.

[2] S. z. B. die konsumgenossenschaftliche Siedelung Freidorf bei Basel, sodann z. B. die Bautätigkeit der Hamburger „Produktion".

ein abstraktes Verwertungsbewußtsein des Betriebs- und Unternehmungsführers bedingt, so bedingt seine Kehrseite, die relative Knappheit des Einkommens der minderbemittelten Schichten, ein abstraktes Verbraucherbewußtsein der Massen. Die Struktur einer mittelalterlichen Stadtwirtschaft, vor allem die Zunftverfassung selbst, bedingte umgekehrt einen satten, in sich geschlossenen Lebensstil von scharf ausgeprägter kultureller Besonderheit, der — gegliedert nach Ständen, teilweise sogar nach Berufen — eine derart abstrakte Vorstellung der Knappheit des Einkommens und entsprechende Bestrebungen zur Steigerung der Lebenshaltung gar nicht aufkommen ließ. Das Lebenshaltungsinteresse der Konsumvereinsmitglieder weist nur noch quantitative Unterschiede auf:

1. Das Streben nach der „runden Summe" (Umsatzdividende) am Jahresschluß; die Tendenz zur konsumgenossenschaftlichen „Zwangssparkasse", wie früher im Erzgebirge, ist hierzu ein Spezialfall; dem entspricht die Gewöhnung an hohe Preise.

2. Bevorzugung von Geschäften mit den niedersten Preisen, vor allem in industriellen Großstädten.

Von dem Grad des Vorhandenseins solcher Einstellungen hängt neben anderen Faktoren auch die Gestaltung der örtlichen Preispolitik des betreffenden Konsumvereins ab.

In dem Begriff des Verbraucherbewußtseins ist die praktische Bestätigung der Marx'schen Soziologie offenkundig.[1])

Das (totale) Verbraucherbewußtsein wird — um Mißverständnisse auszuschalten — lediglich für den tatsächlichen Mitgliederkreis der Konsumgenossenschaften festgestellt; sein allgemeines Vorhandensein in den minderbemittelten Schichten schlechtweg wird damit weder bewiesen noch behauptet. Ein objektives Hindernis zur Bildung eines (totalen) Verbraucherbewußtseins in der Lohnarbeiterschaft ist eine nicht ausreichende Lebenshaltung, bedingt durch zu niedrige Löhne. Eine solche macht Borgwirtschaft notwendig. Hier fällt in der Bestimmung der Löhne vor allem jener „kulturelle" Faktor weg, den Karl Marx in seiner Lohntheorie — getreu seiner historischen Denkweise — als notwendigen Bestandteil der jeweiligen Existenzbedürfnisse des Lohnarbeiters voraussetzte. Nur so ist das Verbraucherbewußtsein endgültig gesichert.

Immerhin kann das Verbraucherbewußtsein teilweise auch ohne solche Sicherungen bestehen, wenn auch äußerst geschwächt. Das bekannteste Bei-

---

[1]) Will nun A. Weber aus allen in ökonomischer Hinsicht knappen Einkommen den Begriff „minderbemittelt" folgern, so sind immerhin die Bedenken nicht erheblich. Will er jedoch damit Marx interpretieren, so müßte er mindestens Klassen von Minderbemittelten sagen. So wäre der Ausdruck richtig und seinem Sinn nach einigermaßen einwandfrei, denn er drückt bezüglich unseres Problems das Ergebnis der Marx'schen Verelendungstheorie aus. Es ist hier nicht der Ort, auf die Irrtümer der Kritik an dieser Theorie, soweit eine solche Marx überhaupt gelehrt hat, einzugehen. Das Einkommen kann absolut steigen, jedoch relativ zum gestiegenen kulturellen und technischen Lebenshaltungsniveau sinken. Diese relative Spannung ist — nicht im Widerspruch zu Marx — der psychologische Erklärungsgrund für das moderne Verbraucherbewußtsein, das sich immer reiner herausbilden wird. Wie ersichtlich ist, kann auch dieses Verbraucherbewußtsein durch die ökonomische Geschichtstheorie in seiner Bedingtheit erkannt werden.

spiel hiefür waren die berühmten „Zwangssparkassen" im Erzgebirge, kleine Arbeiterkonsumvereine mit oft nahezu 25 Prozent Umsatzdividende und teilweise starker Borgwirtschaft. Zu niedrige Löhne verhinderten die volle Oekonomisierung der Einkommensverwendung. Der Effekt bestand in ungemein hohen Warenpreisen, zwecks Sicherung der Leistung einmaliger Ausgaben des Mitglieds (Miete, Kleidung usw.) mittels der Dividende. Aber sogar dieser Zweck wurde durch die Borgwirtschaft gefährdet: die Schulden mußten durch die Dividende kompensiert werden.

Im Begriff der relativen Knappheit des Einkommens, von dem auszugehen ist, scheidet also objektiv ungenügende Lebenshaltung aus; es wird immer vorausgesetzt, daß tatsächlich voll gewirtschaftet wird oder doch kann.

II. Die Tendenzen des Verbraucherbewußtseins

1. Das passive Verbraucherinteresse

Das Verbraucherbewußtsein ist gebildet; seiner Betätigung in der Verwendung des Einkommens fehlt jedoch zunächst die nach dem ökonomisch Günstigsten gerichtete Willensäußerung. Der Sinn für organisiertes Wirtschaften schlechthin fehlt völlig, ganz zu schweigen von jenem umfassenden expansiven Organisationszweck des reinen Konsumgenossenschaftsgedankens (s. § 1). Die Mitglieder sind zwar juristisch wie wirtschaftlich in der Konsumgenossenschaft organisiert, aber sie sind vom Konsumgenossenschaftsgedanken nicht beeinflußt. Es fehlt vor allem das „Organisationsgefühl" des Mitglieds; die Konsumgenossenschaft ist hier eine Vielheit einzelner Familieninteressen, durch die Umsatzdividende an der Güterentnahme interessiert. [1]

Hier ist passives Verbraucherinteresse gegen primitive Gedankenlosigkeit vieler Konsumenten abzugrenzen, obwohl dies in fast ebenso viel Fällen unmöglich ist. Das Verbraucherbewußtsein ist im passiven Verbraucherinteresse durchaus vorhanden; es ist nur noch viel zu wenig gestärkt, um willensmäßige Betätigung aufzuweisen. Hauptmotiv der Güterentnahme ist in diesem Fall eine unwirtschaftliche Trägheit: die Verschiebung größerer Ausgaben bis zur Auszahlung der Rückvergütung. Konsumgenossenschaft und Privathandel werden durchaus gewertet, aber lediglich nach äußerlichen Leistungsmerkmalen; die Güterentnahme in der Konsumgenossenschaft wird als gewöhnlicher Kauf angesehen.

Aus den überaus zahlreichen Erscheinungen seien die bedeutungsvollsten skizziert.

Am wichtigsten ist die Bannung des Konsumenten durch die private Reklame im weitesten Sinn. Aus der Konkurrenz im Privathandel geht tendenziell die weitgehendste Anpassungsfähigkeit der Bedienung hervor, mit dem Ziele einer Stärkung der Selbstgefälligkeit des Käufers, durch serviles Wesen, Titelbenennungen usw. Selbst beim Kleinkrämer kommen

[1] Dies veranlaßt R. Weber zu allgemein angewandter Kritik im Anschluß an Tönnies' Begriffe „Gemeinschaft" und „Gesellschaft", sowie Staudinger's „Tauschgemeinschaft" (a. a. O., S. 60 ff.)

subjektive Faktoren, wie persönliche Bekanntschaft, abgesehen von persönlicher Abhängigkeit infolge Borgwirtschaft, sehr in Frage. All dies ruft im Kunden leicht die Halluzination ausschlaggebender Machtstellung wach. In diesem Zusammenhang ist hinzuweisen auf die zahlreichen privaten Lockmittel, vor allem auf das Zugabewesen, das Abzahlungswesen und den Sammelverkauf, schon denjenigen einfachster Art („5 Stück nur 1 Mark" usw.), — neben der eigentlichen öffentlichen Reklame und der Ausstattung des Ladens, sowie der Artikel selbst.

Die Konsumgenossenschaft ist gelegentlich in einigen Artikeln um wenige Prozent teurer. Aber nur nominell, d. h. ohne Berücksichtigung von Rückvergütung, Qualität und Gewicht. Dies wird auch bei konsumgenossenschaftlicher Preispolitik nicht völlig zu vermeiden sein. Handelt es sich jedoch um rein genossenschaftliche Preispolitik — das entspricht den meisten Fällen —, so ist die betreffende Konsumgenossenschaft auch in den nominellen Preisen durchaus in einem nicht unerheblichen Prozentsatz der Gesamtartikel — in Deutschland für die Kolonialwarenbranche durchschnittlich in zirka 25 Prozent der Fälle — billiger. Der Prozentsatz der nominell teureren Preise einer Konsumgenossenschaft mit rein genossenschaftlicher Preispolitik bewegt sich in allen normalen Fällen nie über 20 Prozent der Gesamtartikel hinaus.

Bei herrschender konsumgenossenschaftlicher Preispolitik sind, wie oben S. 22 erwähnt wurde, die Preisdifferenzen erheblich. Als Beispiel der Preisdifferenzen in Textilwaren seien die Erhebungen der „Konsumgenossenschaft Berlin und Umg., e. G. m. b. H.", Anfang 1926, angeführt. Die vermerkten Konkurrenzpreise sind lediglich einigen (als besonders preiswert bekannten) Spezialgeschäften der Arbeiterviertel entnommen. Die Qualitäten sind genau dieselben.

Nr. der Originalmuster	Artikel	Konkurrenzpreis	Preis d. Konsumgenossenschaft	Lieferant
1. 1	Damentaghemd mit einfacher Stickerei, billiges Hemdentuch	3,90	3,75	R. & S. Moses
2. 1	Damentaghemd mit Einsatz	4,25	4,45	R. & S. Moses
3. 1	Damennachthemd mit Stickerei	5,25	5,50	Singer & Co.
4. 1	Küchenhandtuch, reinleinen	2,10	1,65	Singer & Co.
5. 1	Küchenhandtuch, Gerstenkorn, bw.	1,35	1,10	Bettwäschefabrik
6. 1	Küchenhandtuch, Gerstenkorn, bw.	1,35	0,75	Stein
7. 1	Dutzend Wäscheknöpfe, 18 Gros, gl. Marke	0,09	0,08	Stein
8.	Zephir-Strickwolle, gl. Marke, à dck.	0,09	0,08	Moses
9.	Leinenband	0,07	0,07	Stein
10.	Graue Schweißsocken	3,50	2,95	Böldicke
11.	Normalhemden, Größe 4	3,45	3,85	Singer
12.	Normalhemden, Größe 5, wollgemischt	5,00	4,95	Stein
13.	Normalhosen, Größe 5, wollgemischt	3,45	3,25	Singer
14.	Flausch für Morgenröcke, 70 cm breit	2,25	1,75	Stein
15.	Popeline, gezwirnt, 100 cm breit	5,90	4,50	Singer
16.	Perkal, gleiche Qualitäten	1,50	1,25	Stein
17.	Frottétücher, 50/100	2,75	2,45	Guthmann
18.	Blusen-Barchent, gemustert, gl. Qualität	2,10	1,75	Moses
19.	Damenstrümpfe, Kaschmirwolle, schwarz	3,85	3,25	Singer
	Total	52,20	47,38	

Es ergab sich für die Konsumgenossenschaft Berlin ein Gesamtpreis von 47,38 Mk., abzüglich mindestens 2 Prozent Rückvergütung (= 0,94 Mk.), demgemäß effektiver Preis 46,44 Mk. Somit beträgt in den angeführten Artikeln die Effektivspanne der Genossenschaftspreise 5,76 Mk., also rund 11 Prozent der billigen Konkurrenzpreise.

Die Hamburger „Produktion" ermittelte folgende Textilwarenpreise:

Nr.	Artikel	Preis der Einzelhändler	Preis der „Produktion"
1.	Twist	0,10	0,08
2.	Stoffwolle	0,10	0,06
3.	200-Meter-Rolle Maschinengarn	0,25	0,25
4.	Sockenwolle	1,45	1,45
5.	Hemdentuch („Produktion" besser)	0,98	0,95
6.	Futterhose	5,75 und 6,20	5,35 und 5,60
7.	Futterhose für Damen	7,50	7,50
8.	Unterhose, wollgemischt	3,45	3,25
9.	Kaschmir-Strümpfe	4,50 und 4,95	3,95
10.	Kaschmir-Strümpfe	5,50	5,25
11.	Socken, reine Wolle („Produktion" fast gleich)	3,70	2,80
12.	Socken, gestrickte	2,25	1,85 und 2,20
13.	Handtuch, halbleinen	1,25	1,25
14.	Handtuch, Baumwolle	0,48	0,48
15.	Handtuch, Damast	1,65	1,50
16.	Geschirrtücher, halbleinen	1,25	1,25
	Total	40,16	37,82

Die obigen 16 Artikel kosteten in der „Produktion"	37,82	Mk.
Abzüglich 4 Prozent Rückvergütung	1,51	„
Somit effektiver Preis	36,31	Mk.
Dagegen Konkurrenzpreis	40,16	„
Somit Rest	3,85	Mk.

Es entsteht somit eine Preisspanne zugunsten der „Produktion" in Höhe von mindestens 9,62 Prozent der Privatpreise.[1]) Dabei sind jedoch in den verzeichneten Artikeln 6, 9 und 12 der „Produktion" die teuerste und der Konkurrenz die billigste Sorte angerechnet worden. Wird dagegen lediglich der Durchschnitt gezogen, so übersteigt das Gesamtergebnis sogar den Berliner Satz.

Diese Preisbeispiele zeigen die wechselnde Unterschiedlichkeit der Preishöhen, wenn es sich um Preisvergleiche mit privaten Detailhandelsgeschäften handelt. Einer nicht unbeträchtlichen Anzahl Genossenschaftskonsumenten fallen dann sofort die höheren Preise auf. Ueber den großen Prozentsatz ungefähr gleicher Nominalpreise vor allem im Kolonialwaren-

[1]) Die in der Reichsstatistik berücksichtigten Artikel kosteten nach dem Durchschnitt des Statistischen Amtes Hamburg: 112,21 Reichsmark, in der „Produktion" dagegen nur 104,40 Reichsmark (im September 1925) und im November nach dem Durchschnitt des Statistischen Amtes: 109,29 Reichsmark, in der „Produktion" dagegen 102,85 Reichsmark; außerdem ist die Rückvergütung von 4 Prozent der Hamburger „Produktion" zu berücksichtigen.

geschäft wird überhaupt nie nachgedacht. Hier ist die regulierende Wirkung der Konsumvereinspreise gewissermaßen unsichtbar. Die Preise elastischer Privatgeschäfte folgen. Die Wirkung ist ganz einwandfrei nur am Eröffnungstag der ersten Verteilungsstelle nach erfolgter Gründung der Genossenschaft zu sehen: ein auffallendes Sinken der lokalen Detailpreise und das Einsetzen der händlerischen Agitation. — Die niedrigeren Preise der Konsumgenossenschaft werden vom Mitglied oft gar nicht beachtet oder doch für eine Selbstverständlichkeit erklärt. Die Folge gelegentlicher Fälle nominell teurerer Preise ist dann übersteigerte Kritik, Verärgerung, Umsatzverminderung.

In den Preisvergleichungen muß in der Regel von dem genossenschaftlichen Abgabepreis die entsprechende Gesamtrückvergütung abgezogen werden. Nach dem Absterben der Rabattsparvereine ist ein solches Verfahren fast allgemein anwendbar. Die nominellen Preisunterschiede zwischen den Durchschnittspreisen eines Konsumvereins und eines guten Privatgeschäfts sind für Kolonialwaren durchschnittlich mit 5 Prozent [1]) zu bewerten. Dieser Satz galt schon vor dem Kriege. Er ist in der Gegenwart mehrfach bestätigt worden. Neben dieser Preisspanne müssen aber noch die Rückvergütungssummen, abzüglich des Begleichungsbeitrages, berücksichtigt werden. (Neben der Qualität ist bezüglich des Gewichts u. a. zu prüfen, ob es sich um Brutto- oder Nettogewicht handelt. Die Ersparnis des Konsumenten durch das Ausfolgen der Ware in Nettogewicht kann im Einkauf von kleinen Mengen höher sein als die Rückvergütung selbst.) Die Nichtbeachtung der Rückvergütung ist indessen häufig anzutreffen. Die Rückvergütung ist zwar den Mitgliedern und ihren Frauen recht gut bekannt; der Verfasser hat jedoch in vielen Fällen festgestellt, wie wenig die Rückvergütung von *denselben* Mitgliedern in Preisvergleichungen während des täglichen Einkaufs berücksichtigt wird. Diese Erscheinung besteht sogar bei Mitgliedern, die ihren Geschäftsanteil schon längst aufgefüllt haben und ihre Rückvergütung durchaus nicht auf Sparkonto oder z. B. zur Bezahlung künftiger Kartoffel- und Brennmaterialienbezüge „stehen lassen". Das ist ein bezeichnender Fall passiven Verbraucherinteresses, dem die Begünstigung der Umsatzdividende entspricht. Verbraucherbewußtsein, in unserer allgemeinen Formulierung, ist auch hier durchaus vorhanden: die Preisvergleichung selbst erfolgt durch das einzelne Mitglied lebhaft, unter ständigem Hinweis auf das geringe Einkommen. Die Tatsache der Rückvergütung ist in das Bewußtsein übergegangen, wird aber in *dem* Augenblick vergessen, in dem es sich um die gedankliche Verarbeitung dieser Tatsache zwecks einer selbständigen Willensäußerung handelt.

---

[1]) Dieser Prozentsatz besitzt alle Schwächen wirtschaftlicher Durchschnittsziffern; vor allem die sehr verschiedene Leistungsfähigkeit im Privathandel, neben den örtlichen Besonderheiten, kommt in ihm nicht zum Ausdruck. Der Kolonialwarendetailhandel weist heute noch Preisdifferenzen bis 20 Prozent auf. Ergänzend hierzu sowie zum Hamburger Beispiel sei bemerkt, daß die „Produktion" im Geschäftsjahr 1925 in den Nominalpreisen durchschnittlich 6 Prozent unter dem Ortsindex blieb; dazu kam, wie erwähnt, noch eine Rückvergütung von 4 Prozent.

Ein weiteres charakteristisches Beispiel passiven Verbraucherinteresses bietet die Einführung des „**geg**"-Seifenpulvers nach der Errichtung der Seifenfabrik Düsseldorf der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine, 1910. Infolge seiner vorzüglichen Qualität gewann es rasch die Gunst der Konsumvereinsmitglieder. Dies war eine Kampfmaßnahme der Konsumgenossenschaftsbewegung gegen die Preisdiktate des Verbandes der deutschen Markenartikelfabrikanten. Nachdem Mängel der ersten Sendungen bald abgestellt waren, gelang es häufig, Thompsons Seifenpulver vollständig auszuschalten. Aber bereits im Geschäftsjahr 1911 ging z. B. in der Konsumgenossenschaft „Solidarität" Ohligs,[1]) der Umsatz an „**geg**"-Seifenpulver um rund 30 000 Pakete zurück. Ein Paket Thompsons Seifenpulver kostete 15 Pfg. Auf ein solches Paket erhielt die Hausfrau von der Privatfirma eine Gutscheinmarke im Wert von 1 Pfg.; diese mußte in eine Karte eingeklebt werden. 100 geklebte Marken ergaben 1 Mark, die bar ausbezahlt wurde. Nun verlangte jedoch die Konsumgenossenschaft für ihr „**geg**"-Seifenpulver (gleiches Gewicht) von vorneherein nur 14 Pfg. Dazu kam eine Gesamtrückvergütung von 6 Prozent, das ergab für die meisten kaufenden Mitglieder einen effektiven Preis von 13,16 Pfg. pro Paket. Was geschah aber? Ein großer Teil der Mitgliederfrauen fiel der privaten Sparsuggestion zum Opfer, und es begann eine regelrechte Sammelwut. Dabei konnten der Privatfirma leicht Sondergewinne entstehen, denn erfahrungsgemäß geht in solchen Fällen ein Teil der ausgegebenen Marken verloren.

Diese Art „Verbraucher" haben in der Zwischenzeit nicht abgenommen. Nach 15 Jahren, 1926, wurde in Köln von der Firma Tietz (A.-G.) ein Ramschverkauf unter der Firma „Westdeutsche Handelsgesellschaft" aufgemacht und zwar genau nach dem Muster des berüchtigten „Einheitsladens" der amerikanischen Firma Woolworth. Es gibt dort nur „Einheitsware" und zwar lediglich zwei Preise: 25 Pfg. oder 50 Pfg. Für 25 Pfg. erhält man u. a. Küchengeräte, Haushaltungsartikel, Toilettegegenstände, Schneidereibedarfsartikel, Taschentücher, Knöpfe, Seifen, Aluminiumwaren usw. Für 50 Pfg. erhält man u. a. Damenstrümpfe, Herrensocken, Damenhosen, Bürsten, Rasierapparate, Bestecke usw. Reklame wird nicht gemacht. Schaufenster werden nicht dekoriert: Die Auslagen sind auf Drehscheiben ausgestellt, damit sie schnell zu wechseln sind. Der Käufer löst an der Kasse eine Marke zu 25 oder 50 Pfg.; damit ersteht er die Ware am Verkaufsstand (15 Abteilungen, in denen je nach den zwei Preisen rote oder gelbe (Einheits-)Farbe — der Kenntlichkeit wegen — abwechselt). Die Verkäuferin wirft die Marke in einen Spezialapparat und notiert den Wert. Am Abend werden die Marken gezählt und die Beträge addiert; die dadurch erzielte Unkostensenkung kommt der — Aktiengesellschaft zugute.

Wie sofort ersichtlich ist, beruhen solche Spekulationen auf passivem Verbraucherinteresse, denn die Einheitspreise bezwecken, jeden kritischen Preis-

[1]) 1920 mit der Konsumgenossenschaft „Hoffnung" Köln verschmolzen.

vergleich von vornherein unmöglich zu machen, dem Konsumenten also die Denkarbeit, gegen Provision, abzunehmen und ihn ohne Rücksicht auf Geschmack und Kultur zur automatischen Kaufmaschine zu erniedrigen, mit dem Zweck: der Kunde soll möglichst an allen Artikeln „herumkommen". August Kasch bemerkt in seiner Kritik an diesem Fall Tietz: [1])

„Beim Einheitspreise, der alle Unkostenunterschiede verwischt, der aus Hunderten von Waren einen Warenbrei macht, für den die Gesamtunkosten berechnet und dann wieder plus gewünschtem Profit auf den Einzelgegenstand anteilig übertragen werden nach der Rechnung: Unkosten + Profit = $\frac{\text{1000 Mk.}}{\text{2000 Gegenstände}}$ = 50 Pfg., kann nur der Kapitalist des Einheitskonzerns sagen, wieviel verdient wird, der Verbraucher steht vor einer unlösbaren Aufgabe, weil er nur die Zahlen 25 und 50 hat, während alles andere tief verborgen im Kalkulationsbüro der Geldleute liegt, die ihn so „rationell" ausbeuten".

Das ist vollständig zutreffend. Zugleich zeigt der ganze Fall das anschauliche Gegenteil unseres Prinzips des maximalen Verbrauchs, wie unseres Prinzips der autonomen Güterbeschaffung; es ist nichts anderes als eine gewinnreiche Ausnutzung des passiven Verbraucherinteresses, das in diesem Falle den Selbstbetrug über die objektive Lage des Verbrauchers vervollständigt. Das bestätigte sich prompt: der Andrang war zunächst so stark, daß die Polizei wie in der Zwangswirtschaft alle Kauflustigen in Reihen formieren mußte, nur um die Ordnung aufrecht zu erhalten. Dieses Ereignis handelskapitalistischer Gewinntechnik erschien in langer Aufmachung unter der Lockmarke: „Rationalisierung des Warenwegs zum Verbraucher" in der -- sozialistischen Arbeiterpresse.

In diesen Beispielen — sie könnten verhundertfacht werden — besitzt das Verbraucherbewußtsein noch keine höheren Denkformen, sondern Anschauungsformen, zähe Gewohnheit, die ganz und gar von der konkreten Gestalt des privaten Detailhandels bedingt werden. Die Marx'sche Konsumententheorie wird hier vollauf bestätigt. Insbesondere der Sparsinn äußert sich noch instinktartig. Der Konsument steht in allen solchen Fällen dem Privathandel noch nicht selbständig gegenüber; er kann die Abhängigkeit der Zirkulation von seiner Kaufkraft und die tatsächlichen Leistungen der Konsumgenossenschaft nicht erkennen. Dazu kommen allgemeine Trägheitserscheinungen, wie sie jeder Tätigkeit eines Wirtschaftssubjektes anhaften. Bequemlichkeit und Unwissenheit erschweren den Zustrom neuer Mitglieder und die Steigerung des Umsatzes, aber auch die Entstehung des Verbraucherbewußtseins überhaupt.

Auf dem passiven Verbraucherinteresse baute sich auch die frühere Crüger'sche Führung der Konsumgenossenschaften und die gesamte Stellungnahme des früheren „Allgemeinen Verbandes deutscher Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften" zu der Konsumgenossenschaftsbewegung auf. Die Konsequenz hieraus war eine Bekämpfung der zentralen Ei-

[1]) S. Konsumgenossenschaftliche Rundschau, Nr. 8 vom 20. Februar 1926.

genproduktion, auch der Einkaufsvereinigungen, sofern diese mit der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine wirksam zusammenarbeiteten; im ganzen: eine Ablehnung der organisierten Konsumgenossenschaft, dagegen die Förderung der rein genossenschaftlichen Preispolitik, der Umsatzdividende und des isolierten Konsumvereins. Die gesamte Konsumgenossenschaftsbewegung ist vom Standpunkt des angewandten passiven Verbraucherinteresses nur zur jeweiligen Ergänzung des grundsätzlich anerkannten Privathandels berufen und damit eine rein örtliche Frage. Die in „Abweichungen und Fehlgebilde" (§ 4) skizzierten Eigentümlichkeiten können ebenfalls größtenteils auf das Herrschen passiven Verbraucherinteresses zurückgeführt werden, dessen Korrelat der „Nur-Kaufmann" an der Spitze der Genossenschaft ist. Nach dem Prinzip des maximalen Verbrauchs ist all das, was das Mitglied in den Abgabepreisen an assoziativen Sparleistungen gibt, nur ein Beitrag zur Verbesserung und Erweiterung seiner eigenen Güterversorgung. Passives Verbraucherinteresse bringt den assoziativen Sparleistungen häufig ungenügendes Verständnis entgegen. Schon dadurch kann eine — im Sinne des Konsumgenossenschaftsgedankens fortschrittliche — Betriebsleitung gezwungen werden, einen relativ erheblichen Teil dieser Sparleistungen in Form stiller Reserven bereitzustellen. Auch notwendige Grundstückskäufe sind bei passivem Verbraucherinteresse nicht immer gesichert. Dasselbe gilt z. B. bezüglich der Gehaltsregelungen für die Vorstandsmitglieder, sofern diese heute noch der Kompetenz der Vertreterversammlung bezw. der Generalversammlung obliegt. — In diesen Fällen wird der Konsumgenossenschaftsgedanke gehemmt.

Am leichtesten fällt die Generalversammlung dem passiven Verbraucherinteresse zum Opfer; es braucht in diesem Zusammenhang nur auf die Umsatzdividende hingewiesen zu werden. Eine Generalversammlung solcher Art begünstigt auch die Erfüllung der Sonderinteressen von Minderheiten, z. B. von Angestellten und von politischen Gruppen; hieraus schon — dies eine kommt in der Literatur zum Ausdruck — resultiert die Tendenz zur Abschaffung der Generalversammlung und zur Einführung des Vertretersystems.[1]) Die Vertreterversammlung bedeutet die Ermöglichung eines ersten organisatorischen Aufbaus von der Mitgliedschaft aus. Eine Generalversammlung alten Stils erheischt in vielen Fällen Einschränkungen ihrer Kompetenzen. Anders die Vertreterversamm-

[1]) Häufig besetzten gewisse Gruppen vor dem Sitzungstermin der Generalversammlung den Saal, um sich durchzusetzen. Das Gesetz vom 1. Juli 1922 führte die Vertreterversammlung ein und zwar obligatorisch; für Genossenschaften von über 10000 Mitgliedern an, fakultativ dagegen bei einer Mitgliederzahl von 10000 Genossen. Die Kann-Vorschrift wurde jedoch nur selten durchgeführt. In solchen mittleren Konsumvereinen dauerten deshalb die Nachteile der Generalversammlung an. Die Genossenschaftsverbände: Deutscher Genossenschaftsverband, Generalverband der deutschen Raiffeisen-Genossenschaften, Reichsverband deutscher Konsumvereine und Zentralverband deutscher Konsumvereine, beantragen deshalb beim Reichsjustizministerum die Abänderung der Kann-Vorschrift in eine Muß-Vorschrift. Dagegen soll von 1500—3000 Mitgliedern die Kann-Vorschrift eingeführt werden. Dieser Anregung wurde entsprochen. Ende Dezember 1925 ging dem Reichstag ein entsprechender Entwurf zu, der am 12. Januar 1926 ohne Änderung angenommen wurde und seither in Kraft getreten ist.

lung. Hier führt die Entwicklung den leitenden Genossenschafter aus der Herrschaft des passiven Verbraucherinteresses heraus. Ebenso wird dadurch zur Entstehung des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens (siehe unten) beigetragen. Dieser wird jedoch hauptsächlich durch die preispolitische Leistung, im Zusammenhang mit der Rückvergütung, bedingt. Sobald hier Dauererfolge erzielt werden, nimmt die Konsumgenossenschaft im Verbraucherbewußtsein des Mitglieds eine starke Stellung ein; die Konsumgenossenschaft wird bevorzugt: der Umsatz des Mitgliedes nimmt zu, im Zusammenhang mit der Werbearbeit, deren wesentlichste Aufgaben im § 7 umrissen werden. Daneben sind starke Kämpfe in der Gewinnung des Einkommens von nicht immer positivem Einfluß auf die Willensbildung des Verbrauchers in der Verwendung des Einkommens. Vor allem aber ist die Ueberwindung der obengenannten subjektiven Faktoren der privaten Konkurrenz notwendig. In der Gewinnung des Einkommens steht eher Wille gegen Wille; in der Verwendung muß jedoch der Verbraucher ein System von Gefälligkeiten und Bemühungen um seine Gunst überwinden. Dies verlangsamt die konsumgenossenschaftliche Entwicklung mehr wie jeder andere Faktor. Die schlecht kaufenden Mitglieder in Deutschland wandten sich erst dann stärker vom Privathandel ab, als dieser die Konkurrenz unter sich selbst teilweise ausschalten konnte: während des Krieges, vor allem in den letzten Phasen der Inflation. Die Konsumgenossenschaften folgten den Preiserhöhungen nur zögernd; der Ruin ihrer Finanzen beschleunigte sich dadurch. Die schon an sich kleinen Kalkulationsaufschläge auf den immer mehr zurückliegenden Einkaufspreis wurden jeden Tag sinnloser. Anormale Vergrößerung der Preisspanne am Ort, rapider Zerfall der Finanzen — und der Erfolg, die Erhöhung der Mitgliederumsätze, wurde schon infolge der sprunghaften Erhöhung des Papierpreisniveaus illusorisch. Als jedoch nach der Stabilisierung der Markvaluta plötzlich die Warenlager der Privathändler wieder unbeschränkt für die Verbraucher offen standen und die Konkurrenz auf die Masse wieder zu wirken begann, da sank der Prozentsatz der wirklich kaufenden Mitglieder äußerst stark, teilweise weit unter 50 Prozent; der Prozentsatz der Gelegenheitsmitglieder (Umsätze bis 100 Reichsmark) stieg rapid. Was in dieser Zeit an Mitgliedern in der Verteilungsstelle verblieb und voll weiterkaufte, kann als Träger des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens bezeichnet werden.

2. Der genossenschaftliche Verbrauchergedanke

Er sei zunächst mit den Schlagworten „genossenschaftliche Treue" und „Organisationsgefühl" der Mitglieder umrissen.

Das passive Verbraucherinteresse als instinktartige Betätigung des Konsumenten muß einer Willenserscheinung weichen; diese ist nach dem ökonomisch Günstigsten orientiert. Das Verbraucherbewußtsein verselbständigt sich damit gegenüber dem Bann der privaten Konkurrenz. Das ist aber erst *aktives* Verbraucherinteresse, jedoch noch nicht der spezielle Inhalt des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens. Als Beispiel diene

der oben erwähnte „Waaren-Einkaufsverein zu Görlitz, A.-G.". Mit Hilfe eines geachteten Engros-Geschäftes ist dieses Unternehmen in der Lage, neben einer hohen Dividende auf die Aktien, seiner Detailkundschaft auch in seinen Filialen in Dresden eine Umsatzdividende von 6 Prozent zu gewähren.[1]) Nun verteilt jedoch der Konsumverein Vorwärts in Dresden eine Rückvergütung von 5 Prozent. (Der Unterschied kommt dafür in den Preisen zum Ausdruck.) Ein Dresdener Konsument von aktivem Verbraucherinteresse sucht nun günstigenfalls bei beiden Unternehmen Preise, Rückvergütung, Qualität und Gewicht zu erkennen. Das kann er jedoch in der Regel nicht, mindestens nicht vollständig. Er wird bei der Preisvergleichung in den meisten Artikeln im Unklaren bleiben. Die Folge ist jedoch, daß er abwechselnd im Konsumverein und in der Aktiengesellschaft kauft, mit der Begründung, die Aktiengesellschaft entbinde ihn ja von der Leistung eines Geschäftsanteils. Solche Konsumenten haben durchaus schon dem Kleinhandelsbetrieb den Rücken gekehrt und seine Unwirtschaftlichkeit erkannt; das trennt sie von der Passivität. Aber sie stehen der Konsumgenossenschaft ebenso „neutral" wie der Aktiengesellschaft gegenüber. Dies zeigt deutlich, wie sehr aktives Verbraucherinteresse noch keinen genossenschaftlichen Verbrauchergedanken zu umfassen braucht. Ein solcher Konsument ist jedoch zum genossenschaftlichen Verbrauchergedanken geeignet, weil er einigermaßen die Voraussetzung mitbringt, wirtschaftliche Zusammenhänge vom Konsumentenstandpunkt zu beurteilen. Es bedarf lediglich der Werbearbeit, um ihm die tatsächlichen Preisgestaltungen vollständig vor Augen zu führen und ihm klarzumachen, wie seine eigenen wirtschaftlichen Vorteile als Konsumvereinsmitglied, vor allem in Gestalt der Preise, von der tatsächlichen Höhe seines Güterbezugs fast automatisch bestimmt werden. Oder wie es der Konsumvereinssekretär formulieren würde: die Konsumgenossenschaft ist in ihren Leistungen immer nur das, was die Mitglieder selbst durch ihre Umsätze aus ihr machen. Auf der Erkenntnis dieser speziell genossenschaftlichen Zusammenhänge beruht die Einsicht: es bedarf nur der gleichen Erkenntnis der anderen Mitglieder. Dies lenkt das Mitglied zur expansiven Zwecksetzung. So wird die Konsumgenossenschaft für das Mitglied der Inbegriff kaufkraftstärkender Leistungen schlechthin. Erhöhung dieser Leistungen, erzielt durch die organisierte Konsumkraft der Massen — das ist der Inhalt des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens. Den reinen Konsumgenossenschaftsgedanken in die Genossenschafts-

[1]) Auch ist zu beachten: Der Waareneinkaufsverein zu Görlitz kann — bei relativ kleineren Erträgen in Dresden (infolge der konsumgenossenschaftlichen Preispolitik des Konsumvereins Vorwärts) — seine in Dresden verteilte Umsatzdividende zum Teil aus Zweigniederlassungen anderen Orts finanzieren, die, wie in Görlitz selbst, durchweg höhere Tagespreise aufweisen. Diese sind in Görlitz selbst durch allgemein geringere Kaufkraft der Bevölkerung bedingt, die auch den dortigen Konsumverein zwingt, eine höhere Rückvergütung (im Geschäftsjahr 1925: 8 Prozent) für die Sicherstellung einmaliger Ausgaben seiner Mitglieder zu gewähren. Deshalb ist auch in Görlitz der Detailhandelsertrag des „Waareneinkaufsvereins zu Görlitz" nicht unerheblich größer als in Dresden. Neben dem Engros-Geschäft des „Waareneinkaufsvereins zu Görlitz", das auch in Dresdenbetrieben wird, ist noch dessen entwickeltes Delikatessengeschäft (auch teurere Sorten) zu berücksichtigen, das ebenfalls den Gewinn bedeutend erhöht.

leitung hineinzubringen, und den genossenschaftlichen Verbrauchergedanken in der Mitgliedschaft zu stärken — das sind die allgemeinsten Gegenwartsziele der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung.

Die Entstehung des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens kann in keiner Weise einheitlich skizziert werden. Das überaus zahlreiche Material in den Aufsichtsrats- und Generalversammlungsprotokollen der Konsumgenossenschaften ist leider noch unausgenutzt. Es wäre ein dankenswerter Gegenstand akademischer Dissertationen, hier den einzelnen Zusammenhängen nachzuforschen. In den Ergebnissen einer historischen Untersuchung weichen vor allem folgende Konsumvereinstypen historisch von einander ab:

1. Schwache, gleichmäßige Mitgliederbewegung (von 1904 bis 1914 unter 100 Prozent Zunahme),[1]) annähernd aufgefüllte Geschäftsanteile, ruhig regulierende Tagespreise, starker Anteil des selbständigen Mittelstandes, einschließlich der Landwirte sowie der „Intellektuellen" an der Mitgliederzahl, entsprechender Einfluß in der Verwaltung. Lohnarbeiter in gewerblichen und landwirtschaftlichen Betrieben sind etwa 50 Prozent der Mitgliedschaft; die Mitgliederzahl ergibt einen relativ hohen Prozentsatz zur Gesamtzahl der ortsansässigen Haushaltungen.

2. Starke Mitgliederbewegung (von 1904 bis 1914 über 100 Prozent), Prosperität und Krise jäh anzeigend, sehr schwankender Durchschnittsumsatz pro Mitglied, absolute Anteilreste, relativ hohe Abschreibungen, namentlich vom Güterbestand (teilweise bis 40 Prozent und noch mehr); stärkerer Druck auf die lokalen Preise, starkes Uebergewicht der Lohn- und Gehaltsempfänger aus gewerblichen Betrieben bezw. deren Ehefrauen.

Je mehr ein Konsumverein der ersten Art zuneigt, desto unmerklicher die Uebergänge von passivem zu aktivem Verbraucherinteresse und zum genossnschaftlichen Verbrauchergedanken. Das muß sich — von Krisenzeiten abgesehen — schon in dem Umsatz des betreffenden Mitglieds zeigen. Zwar ist die Zahlen- und Prozent-Elle in der Beurteilung ideeller Verhältnisse nicht der Weisheit letzter Schluß; Anhaltspunkte können immerhin gewonnen werden. Für das Vorhandensein des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens muß in der Regel mindestens ein Jahresumsatz des Mitglieds in Höhe von 600 Reichsmark als erforderlich bezeichnet werden. Eliminiert man in den Umsatzergebnissen der Konsumgenossenschaften die Gelegenheitskäufer, d. h. (siehe S. 23) die kleinen Umsätze bis 100 Reichsmark, insbesondere von vorneherein die „Konjunkturmitglieder" („Papiersoldaten") der Inflationszeit, so wird heute in mehreren größeren Vereinen bereits ein Durchschnittsumsatz von über 500 Reichsmark erreicht.

Ausländische Musterbeispiele für gute Durchschnittsumsätze pro Mitglied, die (nach den in der konsumgenossenschaftlichen Rundschau, Nr. 6

[1]) Dieser Zeitraum bietet die relativ geeignetsten Vergleichsmöglichkeiten; Voraussetzung ist allerdings, daß in der Regel der betreffende Verein mindestens 4 bis 5 Jahre vorher bestanden hat.

Land	Genossenschaft	Mitglieder-zahl	Umsatz in Reichsmark	Umsatz pro Mitglied
England	London	117 266	55 692 535	474,92
Schottland	St. Cuthbert's, Edinburgh	66 765	77 969 065	1167,80 [1]
Irland	Belfast	28 700	20 700 360	698,05
Finnland	„Elanto", Helsingfors	30 754	21 201 160	689,35
Norwegen	Oslo	9 414	7 053 440	749,25
Schweden	Stockholm	23 258	23 138 975	994,90
Schweiz	Basel	41 844	40 406 510	965,65 [2]

vom 6. Februar 1926 enthaltenen Zusammenstellungen) in ausgewählter Uebersicht für 1924 für die jeweils größten Konsumvereine folgendes ergeben.

Daneben kann sich der genossenschaftliche Verbrauchergedanke z. B. schon in stärkerer Einzahlung der Geschäftsanteile sowie in der grundsätzlichen Bevorzugung der konsumgenossenschaftlichen Sparkasse gegenüber privaten und kommunalen Instituten ausdrücken.

Das passive Verbraucherinteresse hat in der Konsumgenossenschaft nur den einzigen Vorzug der meist reibungslosen Ermöglichung einer alle relativ knappen Einkommen umfassenden Zusammensetzung der Mitgliedschaft: die einzelnen Stände und Berufe bleiben das Geschäftsjahr hindurch ohne Fühlung. Das passive Verbraucherinteresse — so unökonomisch es sich bezüglich des Konsumgenossenschaftsgedankens im einzelnen auch auswirkt — löst dadurch, historisch gesehen, doch die Aufgabe, noch größere Unökonomie der Zersplitterung und des inneren Kampfes zu vermeiden; das geschieht zwar nicht planvoll, vielmehr meist in Form einer (die Erhaltung der Umsatzdividende bezweckenden) Diktatur der Generalversammlung. Die Crüger'sche Art einer Konsumgenossenschaft, auf rein genossenschaftlicher Preispolitik, Umsatzdividende und passivem Verbraucherinteresse beruhend, hatte also sehr wohl seine historische Berechtigung. Sie hat Konsumenten passiver Art in die Konsumentenorganisation wenigstens hereingebracht und so in manchen Konsumvereinen der „Hamburger Richtung" elementarste Vorbedingung gegeben. Freilich wurde sie mitten in der Wirksamkeit von großen Konsumvereinen industrieller Städte, die längst über den alten Rahmen hinauswuchsen und wie sie vor allem der sächsische „Vorwärts"-Verband aufwies, frühzeitig überholt; das ungleiche Nebeneinander „alt" und „neu" gerichteter Konsumvereine, deren grundlegende Verschiedenheit auch in unserer Darstellung zum Ausdruck kommt, hatte die Entwicklung auch nach Kreuznach kompliziert.

Die unmerkliche Fortbildung des passiven Verbraucherinteresses ist in ihrer Wirksamkeit immer eng begrenzt; es ist eine planmäßige Leitung der Werbe- und Erziehungsarbeit erforderlich. Die fördernden

[1] Hier kommt die ungleich umfassendere Anzahl von Betriebszweigen zum Ausdruck.

[2] Diese Ziffer ist, wie die andern, von dem Mitgliederbestand am Jahresschluß berechnet. Der Allgemeine Konsumverein Beider Basel berechnet indessen den Mitgliederbestand, wie Schär, nach dem Durchschnittsbestand des ganzen Jahres.

und die hemmenden Erscheinungen des passiven Verbraucherinteresses werden dann in ihr Gegenteil verkehrt. Infolge der wachsenden Leistungen des Konsumvereins schwindet der Privathandel aus dem Verbraucherbewußtsein der Mitglieder; er wird ersetzt durch die genossenschaftliche Organisation. Zwar wird der reine Konsumgenossenschaftsgedanke nicht vollständig erkannt, aber sein Ergebnis: der expansive Organisationszweck, wie er eingangs aus den Hauptprinzipien begrifflich abgeleitet wurde, entsteht historisch unter der Mitgliedschaft. Seinem Wesen entspricht die Einbeziehung aller Wirtschaftssubjekte mit Verbraucherbewußtsein in die Konsumgenossenschaft. Das Verbraucherbewußtsein besteht jedoch nicht selbständig, sondern in den verschiedensten Sonderwertungen der Mitglieder. Hier entstehen Gefahren, besonders in industriellen Großstädten, in denen eine weit größere Schicht indifferenter Verbrauchermassen erweckt werden muß. Der genossenschaftliche Verbrauchergedanke stellt die erfolgreiche Expansion in Frage, sobald er sich nicht mehr an den wirtschaftenden Verbraucher schlechthin wendet, sondern zugleich die Sonderwertungen einer Interessengruppe in den Vordergrund rückt. In dieser Hinsicht sind vor allem Teilkonsumvereine abzulehnen; sie widersprechen dem reinen Konsumgenossenschaftsgedanken. Es handelt sich hierbei um

1. Konsumvereine mit politischem Programm; die belgischen Beispiele sprechen genug. Die Mitgliederbewegung ist dort stärker gehemmt, die Entwicklung der lokalen und zentralen Eigenproduktion ist durch die Zersplitterung der Konsumkraft in Sondervereinigungen geschwächt und die Gesamtbewegung ist damit volkswirtschaftlich zur Ohnmacht verurteilt.

2. Konsumvereine mit satzungsgemäßer Absteckung der Mitgliedschaft (z. B. Beamtenwirtschaftsvereine, Eisenbahnerkonsumvereine, Werkskonsumanstalten aller Art, Militärkonsumvereine usw.).

Die Sonderbildungen scheiden hier aus. Aber auch für umfassende Konsumgenossenschaften ist die ungehinderte Betätigung des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens trotz aller Unterschiede und Gegensätze unter den Mitgliedern Voraussetzung aller wirtschaftlichen Fortschritte.

§ 7. Die Genossenschaftsorgane

I. Sekretariat und Mitgliederausschuß

1. Die Hauptaufgabe des Genossenschaftssekretärs

Die Tätigkeit des Genossenschaftssekretärs umfaßt die unmittelbare Einwirkung der Genossenschaftsleitung auf die Mitgliedschaft; sie kann eingeteilt werden in

a) Aufklärung der Mitglieder und der Oeffentlichkeit über die Tatsächlichen Leistungen des Konsumvereins. Von der Erkenntnis dieser Leistungen ist die Entwicklung des Verbraucherbewußtseins bedingt. (Werbearbeit.)

b) Vertiefung des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens, also Beeinflussung des Mitglieds durch den reinen Konsumgenossenschaftsgedanken, zwecks Ermöglichung tunlichster Einheit der beiden Kategorien, bedingt von dem Stand der Leistungen (bei herrschender Umsatzdividende ist eine solche Arbeit ergebnislos). (Erziehungsarbeit.)

Der Leistungsbegriff in der Werbearbeit (a) ist nichts anderes als unser Prinzip des maximalen Verbrauchs, vom Mitglied aus gesehen; die Aufgabe der Erziehungsarbeit (b) ist umgekehrt die besondere Berücksichtigung unseres Prinzips der autonomen Güterbeschaffung, ebenfalls vom Mitglied aus gesehen. (Selbstversorgung durch eigene Kraft der Massen, „viele Wenig machen ein Viel".) Dies letztere ist also nicht mehr das spezielle Genossenschaftsprinzip der autonomen Güterbeschaffung in unserer eingangs gebrachten konkreten Formulierung, die sich auf Geschäftsanteile und Güterbestand, bzw. auf eigene Mittel und Betriebswerte bezog; sondern es ist das allgemeine Genossenschaftsprinzip, das als Gruppenprinzip ebenso gut z. B. in menschenökonomischer Betätigung, etwa gewerkschaftlicher Art, denkbar und auch anzutreffen ist.

In der populären wie in der wissenschaftlichen Literatur ist eine merkwürdige Dialektik zu verzeichnen. Das Leistungsprinzip, (das Prinzip des maximalen Verbrauchs, vom Mitglied aus gesehen), wird von einem ethisch verbrämten Genossenschaftsprinzip (Altruismus usw.) aus verachtet. Diese wirklichkeitsfremde Stellungnahme wird gelegentlich schon von Staudinger, neuerdings vor allem von R. Weber, wenigstens zu einer praktischen Konsequenz erweitert: die Verachtung des Leistungsbegriffs schlägt um in die Verachtung des speziellen Genossenschaftsprinzips selbst, vor allem der Geschäftsanteile, vom Standpunkt eines normativen Sozialismus. — Kautsky's (marxwidrige) Wertung des Zwecks der Konsumgenossenschaft (als „Profit des Indivi-

duums“)[1] ist derart kompakt, daß es einer Dialektik nicht bedarf. — In R. Weber's Werk wird unser Prinzip des maximalen Verbrauchs ausgeweitet zum sozialistischen Gedanken und zur sozialistischen Tendenz (immerhin wird dort dem allgemeinen Genossenschaftsprinzip als Zusammenschluß der Konsumenten zu wirtschaftlicher Macht eine positive Stellungnahme entgegengebracht). Das Prinzip des maximalen Verbrauchs in der R. Weber'schen Steigerung stammt dagegen in seiner allgemeinen Fassung aus dem genossenschaftlichen Verbrauchergedanken. Konsequenz: bezüglich des reinen Konsumgenossenschaftsgedankens wird dessen anderer Bestandteil: das spezielle Genossenschaftsprinzip (der autonomen Güterbeschaffung) von R. Weber abgelehnt, und bezüglich des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens wird das Leistungsprinzip — nach belgischen Vorbildern — auf das bedenkliche Konto „notwendiges Uebel“ gezerrt. Eine eigenartige Bestätigung unserer Einteilung.

Leistungsprinzip und allgemeines Genossenschaftsprinzip (wie das Prinzip des maximalen Verbrauchs und das spezielle Genossenschaftsprinzip) haben die Tendenz, sich zum expansiven Zweck zu vereinigen. Das genossenschaftliche Verbraucherbewußtsein wird dadurch gestärkt, trotz allen Sonderwertungen in der Mitgliedschaft. Hier haben wir die Aufgabe des Sekretariats vor uns.

2. Die Tätigkeit des Genossenschaftssekretärs

a) Das Werbesekretariat

aa) Vorstufe. Die konsumgenossenschaftlichen Sekretariatsarbeiten beginnen häufig ganz zusammenhanglos; sie sind in diesen Fällen unter die Vorstandsmitglieder aufgeteilt. Verteilung der Geschäftsberichte, Vorbereitung der Generalversammlungen, der verschiedenen Wahlen, ein wenig Betriebsstatistik, etwas Personalwesen, Mitgliederangelegenheiten, Gelegenheitsagitation u. a., — diese größtenteils noch formalen Seiten des genossenschaftlichen Sekretärberufes werden ohne Plan und Ziel, so gut es eben geht, neben der Last kaufmännischer Arbeit erledigt. Je nach den örtlichen persönlichen Verhältnissen hat hier auch der Aufsichtsrat viele Kompetenzen.

bb) Das einheitliche Sekretariat. Den Uebergang zum einheitlichen Genossenschaftssekretariat bilden in mittleren Vereinen die Zuweisung der Sekretariatsarbeiten an ein Vorstandsmitglied dem dann häufig auch die Verteilungsstellenkontrolle oder z. B. die Mitgliederversicherung übertragen wird. In mittleren und größeren Vereinen erfolgte, teilweise schon vor dem Krieg, die Anstellung von 1 bis 2 Sekretären. Der „kleine“ Sekretär mit Füllarbeit, der sich mit Verwaltungsmitgliedern in die Aufgaben teilt, kann für die Gegenwart als Ausnahmeerscheinung angesehen werden.

---

[1] S. „Konsumvereine und Arbeiterbewegung“, Stuttgart 1889, S. 15; — da diese Schrift immer noch im Buchhandel erscheint, ist anzunehmen, daß sie nach wie vor die Auffassung Kautsky's darstellt.

Das einheitliche Sekretariat entfaltet vor allem eine planmäßige Werbearbeit, welche die Veröffentlichung von Preislisten und sonstigen Inseraten, sowie insbesondere eine moderne Ausstattung der Verteilungsstellen wirksam unterstützen soll. Die folgende Gruppierung der Werbearbeit zeigt zugleich die Einbeziehung der elementarsten Erziehungsaufgaben.

1. Verbreitung der Genossenschaftsliteratur, vor allem der Presse unter dem Personal, dem Mitgliederausschuß, den Vertretern und den Mitgliedern.

2. Einflußnahme auf die Presse, Hausagitation, Verbreitung von Plakaten, Flugblättern, Ausnutzung der öffentlichen Reklamegelegenheiten u. a.

3. Besichtigungen der Betriebsanlagen, namentlich durch Frauen, sowie durch geschlossene Vereinigungen, welche an sich nicht die Mitgliedschaft des Konsumvereins erworben haben.

4. Ausstellungen der Genossenschaftsartikel (mit Preisvergleichungen), vor allem der „**geg**"-Artikel und der Erzeugnisse lokaler Eigenproduktion.

5. Umzüge des Fuhrparks an konsumgenossenschaftlichen Werbe- und Festtagen. Der Konsumverein „Vorwärts" für Dresden und Umgebung hat darüber hinaus ein dauernd wirksames Werbemittel eingeführt: zwei Straßenbahnwagen in vornehmem Dunkelgrün, mit der Aufschrift: „Genossenschaft — Gemeinwirtschaft", „Konsumverein Vorwärts — die Organisation der Verbraucher; innen sind Bedeutung und Leistungen dieser Konsumgenossenschaft kurz zusammengefaßt. Die Kosten sind relativ gering, die Erfolge intensiver.

6. Oeffentliche Verbraucherversammlungen sowie öffentliche Frauenversammlungen.

7. Besondere Veranstaltungen für Mitglieder, namentlich für Frauen (einschließlich der Festversammlungen bei Jubiläumsfeiern). Diese haben nach der Inflation eine ausschlaggebende Bedeutung erlangt. Es handelt sich meistens um die allgemeine Verbreitung von Lichtbild- und Filmvorführungen, die von der Fortbildungskommission des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine eingeführt worden sind.[1]) Erwähnenswert sind insbesondere Unterhaltungsabende für Mitglieder, besonders für Frauen (teilweise ist beides getrennt), in denen Lichtbilder- und Filmvorführungen geboten werden; dabei werden außerdem meist Kaffee- und Kostproben aus der Bäckerei und Konditorei verabreicht. Gegenstand der Vorführungen bilden: die Darstellung des eigenen Genossenschaftsbetriebs (so hat z. B. der Konsumverein „Vorwärts" für Dresden und Umgebung Teile seines Betriebs gefilmt), Darstellung der Fabriken, Lagerbetriebe und Zentralgebäude der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine m. b. H., sowie der Verlagsgesellschaft

[1]) S. Robert Schweikert, „Die deutschen Konsumgenossenschaften und ihre Zentralen im Lichtbild", Hamburg 1926.

deutscher Konsumvereine m. b. H., ferner der Film [1]) über deutsche Konsumgenossenschaften. Außerdem kommen in Betracht: Einführung der Hausfrauen in die eigene Bäckerei mittels historischer Filme über den Backofen; Unterhaltungsfilme (Hamburger Hafen, Nordlandbilder usw.). Auch Lichtbilder und Filmvorführungen für Kinder sind eingeführt worden. Das (schon vor dem Krieg, namentlich von 1906 an gepflegte) Lichtbildervortragswesen wird mehr und mehr durch den Film ersetzt.

Die folgende Aufstellung zeigt eine Verschiedenheit grundsätzlicher Art der meisten genossenschaftlichen Werbemethoden von privater Reklame.

Übersicht: [2])

Art der Veranstaltungen	Zahl der Genossenschaften	Zahl der Veranstaltungen	Besucherzahl	Darunter Frauen	Darunter Kinder
1. Allgemeine öffentl. Verbraucherversammlungen	69	1568	134 407	58 435	
2. Genossenschaftliche Vorträge in Berufsverbänden	136	696	59 545	11 724	
3. Besond. Frauenversammlungen	79	461	85 362	85 362	
4. Unterrichtskurse für Mitglieder	6	33	1 056	497	
5. Unterrichtskurse für Frauen	11	54	1 778	1 778	
6. Unterrichtskurse für Funktionäre	51	153	5 966	1 244	
7. Unterrichtskurse für Personal	84	212	6 685	4 242	
8. Unterhaltungsabende für Mitglieder	93	628	169 542	117 946	
9. Unterhaltungsabende für Frauen	37	513	105 440	105 440	
10. Werbetagversammlung. (Feste) [3])	107	297	552 743	230 382	112 100
11. Werbetagumzüge [4])	36	62	293 250	96 130	96 450
12. Lichtbildervorführungen	117	1057	243 579	137 754	
13. Filmvorführungen	71	739	267 683	158 424	
14. Lichtbildervorführung. f. Kinder	34	208	40 463	22 076	
15. Filmvorführungen für Kinder	37	242	82 652	48 843	
16. Führungen durch die Betriebe	95	1064	118 978	56 950	17 704
17. Ausstellungen in 319 Orten [5])	131	324	939 617	517 038	86 503
Zahl der berichtenden Genossenschaften	392	8311	3 108 746	1 654 265	312 757
Zahl der berichtenden Genossenschaften 1924	280	5729	2 619 824	1 218 715	138 051

Wie trotzdem die Werbearbeit zunächst nur eine ergänzende Funktion hat, indem sie eben von den tatsächlich vorhandenen Leistungen ausgeht, zeigt sich negativ in den Erfolgen vieler Vereine ohne Sekretariat, so im Konsumverein „Vorwärts" für Dresden und Umgebung. [6])

[1]) Sowie zahlreiche Lichtbilder.

[2]) Diese ist von der Fortbildungskommission des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine zusammengestellt worden und gilt für das Jahr 1925 (s. Konsumgenossenschaftliche Rundschau vom 10. April 1926, Nr. 15).

[3]) In 1 bis 9 nicht enthalten.

[4]) 30 Genossenschaften = 34 Umzüge mit Wagenpark.

[5]) Durchschnittliche Dauer: 2 Tage.

[6]) Es lohnt sich in diesem Zusammenhang, einen kurzen Vergleich der Anfänge dieser Genossenschaft mit dem Stand von 1914 zu geben (s. im übrigen die Tabellen des III. Teils). Die Einrichtung der ersten Verteilungsstelle wurde nach der Gründung, 1888, auf dem Trödel-

Neben der Werbetätigkeit fallen dem Sekretariat u. a. die umfangreichen Personal-, Lohn- und Tarifffragen an, unter Mitwirkung des Aufsichtsrats bzw. seiner zuständigen Ausschüsse. In der neuesten Zeit ist die Tendenz erkennbar, die größeren Sekretariate zunehmend von diesen Arbeiten zu entlasten; allgemeine Erfolge lassen sich jedoch zurzeit noch nicht übersehen.

b) Das Erziehungssekretariat

Die immanenten Erziehungsfaktoren in der Werbearbeit werden hier verselbständigt und vertieft.

aa) Das Sekretariat führt mit Hilfe eines leicht verfügbaren, besonders auszubildenden Mitgliederausschusses [1]) und den Lagerhaltern eine gründliche Beeinflussung sämtlicher Mitglieder durch. Auf dieser Grundlage erfolgt auch die Werbung neuer Mitglieder. In den Arbeitsmethoden tritt bis heute das regionale Prinzip hervor: die Gliederung nach Verteilungsstellenbezirken. Daneben ist in einzelnen Vereinen, sofern überhaupt schon planmäßige Erziehungsarbeit geleistet wurde, das Berufsprinzip bereits berücksichtigt worden (getrennte Werbung für Beamte, Landwirte, Arbeiter und Angestellte usw.): Stärkung des Verbraucherbewußtseins unter sorgfältiger Anpassung an die Besonderheiten der Mitgliederschichten. So sind nach dem Kriege von einigen Vereinen neben allgemeinen Verbraucherversammlungen z. B. besondere Beamtenversammlungen mit Erfolg veranstaltet worden.

---

markt zusammengekauft, frisch gescheuert und gestrichen. In den Bestellbriefen an die Dresdener Kolonialwarenhändler war stolz betont: „Laut Beschluß der Generalversammlung kaufen wir nur gegen bar" (satzungsgemäß konnte auch an Mitglieder Waren nur gegen bar abgegeben werden). Das Einkaufskapital betrug — rund 1000 Mark; es war aus monatelang einkassierten 50-Pfennig- und 1-Mark-Beiträgen von zirka 150 Mitgliedern mühsam zusammengebracht worden. Die Lieferungen wurden zugesagt, blieben jedoch aus, da inzwischen vom Verband der Dresdener Kolonialwarenhändler der Lieferungsboykott verhängt wurde. Nur ein kleinerer Großhändler, der sich in finanziellen Schwierigkeiten befand, erklärte sich zur Lieferung bereit: sie erfolgte allerdings nur — infolge des Boykotts — mittels einer Zwischenperson. Die Waren mußten abends, als es dunkelte, durch einen Handwagen fortgeschafft werden, doch durfte die Firma an dem Wagen nicht zu sehen sein. Am späten Abend vor Eröffnung des Geschäfts, berichtete der Vorstand, holten wir unsere barbezahlten Waren, als ob wir sie gestohlen hätten. Nachts wurde alles ausgepackt und zurechtgewogen. Am Abend des folgenden Tags wurde die Verteilungsstelle eröffnet. Vor dem kleinen Laden gab es einen Auflauf, zu dem ein vor dem Laden patrouillierender Gendarm beitrug. Die Mitgliederfrauen erschienen zahlreich und konnten von dem Lagerhalter, dem ein Aufsichtsratsmitglied assistierte (die erste Verkäuferin wurde erst nach 3 Wochen angestellt) nicht so schnell expediert werden, als sie andrängten. Infolgedessen standen zeitweilig ein paar Dutzend Leute mit Körben und Kinderwagen vor der Tür des vollen Ladens; dies reizte natürlich die Neugier der Vorübergehenden, und bald war der Platz vor der Verteilungsstelle von einer bunten Volksmenge belebt, die scherzende und auch spöttische Bemerkungen über das „neue Geschäft" austauschte. — Dieses Lädchen „Vorwärts" war 1914 ein Bezirkskonsumverein mit 133 (in einem Umkreis von 55 km gelegenen) Verteilungsstellen, darunter einigen großen Stils nach der Art des Warenhauses, mit 65 879 Mitgliedern, rund 25½ Millionen Mark Jahresumsatz, rund 2 Millionen Mark Rückvergütung und rund 3¼ Millionen Mark Eigenkapital. — Zugleich ist aus diesem Beispiel ersichtlich, wie sehr die Entwicklung der Konsumgenossenschaft auf dem zeitlichen Faktor der Steigerung der Mitgliederzahl beruht, die hier auch durch die Entwicklung zum Bezirkskonsumverein stark gefördert wurde. All dies ohne Genossenschaftssekretär. Wie groß wäre der Erfolg durch planmäßige Werbearbeit geworden!

[1]) Hier mit „Genossenschaftsrat" gleichgesetzt.

Eine dritte Lösung ist die besondere Berücksichtigung der Frau. Die Frau ist das wichtigste Verwendungsorgan der Familie; von ihr ist deshalb in der örtlichen Erziehungsarbeit auszugehen. Das ist im Zentralverband deutscher Konsumvereine von Anfang an betont worden. Die Wege sind äußerst zahlreich. Das englische Vorbild der zentral zusammengefaßten „Frauengenossenschaftsgilde" wird in Deutschland nicht völlig zur Nachahmung gelangen. Die Selbständigkeit der englischen Organisation beruht auf einer Erweiterung der Aufgaben (Gewerkschaftsbewegung, Wohlfahrtspflege, Frauenbewegung usw.); sie bewirkte allerdings eine auffallend hohe Beteiligung der Frau an den Verwaltungen der Konsumgenossenschaften. In Deutschland haben sich folgende Methoden lokal herausgebildet:

1. Schaffung besonderer örtlicher Frauengruppen mit Werbe- und Erziehungsprogrammen, darunter Haushaltungs- und Kochkursen, Kursen in Genossenschaftskunde und Versuche, zu volkswirtschaftlichem Denken anzuleiten, ferner Veranstaltungen von Probeeinkäufen und von Waschtagen (mit dem „**geg**"-Artikel). Hier sind die „Feierstunden für Frauen" noch zu erwähnen. Neben den speziellen Erziehungsaufgaben werden Frauengruppen vor allem als Werbeorgane, z. B. zum Besuch säumiger Mitglieder, verwendet.

2. Die „Feierstunden" sind oft ein Uebergang zur Frauengruppe; sie entstehen aus den Unterhaltungsabenden. Diese bilden neben Führungen der Frauen durch die Betriebsanlagen, vor allem aber der Beteiligung von Frauen an der Vertreterversammlung, auch am Aufsichtsrat, Anfänge eines dringend notwendigen Aufbaus: Erziehung zur fleißigen Besucherin der Verteilungsstelle — Werbe- und Erziehungsorgan — Verwaltungsorgan.

Die Fortbildungskommission des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine buchte folgende Werbe- und Erziehungsarbeit, sowie Verwaltungsarbeit der Frauen in den dem Zentralverband deutscher Konsumvereine angeschlossenen Verbandsgenossenschaften:

	1925		1924	
	Zahl	Teilnehmer	Zahl	Teilnehmer
Besondere Frauenversammlungen . .	461	85 362	799	115 030
Unterrichtskurse für Frauen	54	1 778	59	2 093
Unterhaltungsabende	513	105 440	269	54 680
Führung durch die Betriebe für Frauen	?	56 950	?	86 268
Frauen im Vorstand	—	—	1	1
Frauen im Aufsichtsrat	60	77	44	58
Frauen im Genossenschaftsrat	83	546	77	477
Frauen in der Vertreterversammlung .	73	783	68	738
Frauengruppen im Rahmen der Genossenschaft	14	983	11	977
Zusammenkünfte der Frauengruppen .	164	48 [1]	93	70 [1]

[1] Durchschnittsziffern.

Die Ergebnisse genossenschaftlicher Erziehungskurse für Frauen sichern die Vorbedingung einer entscheidenden Vergrößerung des Mitgliederumsatzes. Bezüglich der zentralen Zusammenfassung der Frauengruppen gelangt das englische Beispiel in neuester Zeit auch in Deutschland, wenigstens teilweise, zur Anwendung. Namentlich der Thüringer Verband sucht die Frauenorganisationen in Konferenzen zusammenzufassen. Die zentrale Zusammenfassung im Rahmen des organisatorischen Aufbaus des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine wird das Ziel dieser Anfänge sein.

Der Zentralverband deutscher Konsumvereine hat auf dem Genossenschaftstag 1923 in Görlitz und auch auf dem diesjährigen Genossenschaftstag in München Stellung zur Frauenfrage genommen. In den beschlossenen Richtlinien wird u. a. die bezirksweise gegliederte Mitwirkung der Frauengruppe an der Werbearbeit hervorgehoben.

bb) Die vorstehend skizzierte Erziehungsarbeit ist auf ideelle Dauererfolge eingestellt. Dies äußert sich auch im Betrieb selbst. Eine systematische Erziehungsarbeit allgemein-konsumgenossenschaftlicher und genossenschaftlich-betriebswirtschaftlicher Art für Lagerhalter, Verkäuferinnen, Lehrpersonal, auch für Mitarbeiter in allen Abteilungen, vom Kontor bis zu den geringsten Nebenbetrieben, macht das Sekretariat — neben seiner Aufgabe als Austauschorgan von Monatsstatistiken größerer Vereine, sowie als Sammler sämtlichen Materials — zu einem unentbehrlichen Bestandteil des Betriebskörpers.

Namentlich die Verteilungsstelle wird hier zu dem wirksamsten Gebiet genossenschaftlicher Erziehung. In der 7. Konferenz (Herbst 1925) der Genossenschaftssekretäre des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine kamen die erzieherischen Aufgaben des Sekretärs im Betrieb, namentlich in der Verteilungsstelle,[1] in ihrem Zusammenhang mit der Hebung des Umsatzes und der Rentabilität zum Ausdruck. Damit bekommt auch der Lagerhalter in der Gliederung des Genossenschaftsbetriebs eine neuartige Stellung, die ihn für den Verlust seiner Selbständigkeit reichlich entschädigt. Die Lagerhalter können heute bereits nicht mehr als Träger reiner Angestellten- und spezifischer Lagerhalterinteressen gegenüber den Mitgliedern angesehen werden, wie es noch Cassau allgemein annimmt. Tatsächlich haben intensive Bemühungen einer Anzahl Vereine um den Aufbau einer mustergültigen Verteilungsstelle, die allerdings meist erst nach der Inflation eingesetzt haben, jedoch nach besserer finanzieller Erholung stärker zur Geltung kommen werden, zu umfassender Würdigung der Verteilungsstelle als Lebenszelle der Konsumgenossenschaft, als Quelle entscheidender Beeinflussung der Hausfrau, sowie der Gewöhnung des Kindes an die Verteilungsstelle geführt.[2] Demgemäß ist auch der wirksame Ausbau einer erzieherischen Verteilungsstellenkontrolle im Werden. Vorbildlich sind hiefür die im Konsum-, Bau- und Sparverein

---

[1] Einige fähige Sekretäre sind aus dem Verteilungsstellendienst hervorgegangen.

[2] S. Karl Möller, „Die konsumgenossenschaftliche Verteilungsstelle", Hamburg.

„Produktion" Hamburg eingeführten Maßnahmen,[1] die sehr schnell anerkannt wurden und nur in einem bedeutenden sächsischen Verein zu heftigen Differenzen zwischen Betriebsleitung und Lagerhaltern geführt haben; diese konnten dort immerhin rasch überwunden werden.

Die „alte Richtung", in der die Verteilungsstelle noch gewöhnlicher „Laden" ist, wurde auch wissenschaftlich vertreten. Reinhold Riehn[2] urteilt folgendermaßen:

> „Der Laden und seine Einrichtung sind nur unumgängliches Übel. Er ist lediglich Aufbewahrungsort, während der des Händlers auch Anziehungspunkt sein soll und muß."

Ebenso:[3]

> „ . . . . daß ferner der organisierte Konsument sich selbst durch ein kostspieliges Reklame- und Agiationssystem nicht anzulocken braucht, ist selbstverständlich."

Das klassische Beispiel für das Gegenteil dieser Anschauung ist der „Lebensmittelverein Zürich". Die Folgen dieser Auffassung, welche auf einer Unkenntnis der Tendenzen des Verbraucherbewußtseins beruht, können durch das Konkurrenzschlagwort zusammengefaßt werden: „Im Konsumvereinsladen werden die Käufer nur abgefertigt, nicht bedient." Die „neue Richtung" bringt hier ganz neue Methoden, die von dem „Abfertigen" wie von dem „Bedienen" grundsätzlich abweichen. Dem Mitglied soll erzieherisch seine innere Zugehörigkeit zur Konsumgenossenschaft gezeigt werden.[4] Dazu müssen allerdings auch die meisten Lagerhalter erst erzogen werden.

Diejenigen süddeutschen Vereine, die von dem Lagerhaltersystem verschont blieben, dafür heute noch in guten Stadtverteilungsstellen monatlich mit durchschnittlichen Unkostensätzen von 4 bis 5 Prozent, bei monatlichen Verkaufsleistungen pro Verkäuferin von 3500 RM., auskommen, sind nach dem Krieg in kleiner Zahl dazu übergegangen, tüchtige männliche Lagerhalter aus dem privaten Kolonialwarenhandel herauszunehmen; die Erfahrungen sind günstig, insbesondere die Mankos verschwanden dadurch fast völlig; eine Mankovergütung wird nicht zugestanden.[5] Jedoch fängt hier das gesamte konsumgenossenschaftliche Erziehungsproblem erst an.

Der Erziehung auf mehr oder weniger selbständiger örtlicher Grundlage mußten die zentralen Erziehungsbestrebungen vorangehen. Schon vor dem Krieg bestand die dringende Notwendigkeit einer umfassenden Fort-

---

[1] Über allgemeine Grundsätze s. Karl Möller, „Die Kontrolle der Verteilungsstellen und Zentrallager", Hamburg.

[2] A. a. O., S. 39.

[3] Ebenda, S. 42.

[4] Hier können auch R. Weber's Darlegungen über „Gemeinschafts"-Probleme, die stark von Tönnies beeinflußt sind, im Rahmen unserer Begriffe bejaht werden.

[5] Der 23. ordentliche Genossenschaftstag des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine vom 14. bis 17. Juni 1926 in München hat endlich grundsätzlich zur Mankovergütung, die einer Prämie auf die Unwirtschaftlichkeit gleichkommt, Stellung genommen. Eine verbandsseitige Führung im Sinn einer Beseitigung der Mankovergütung ist daher zu erwarten.

bildung[1]) der vorhandenen und der Ausbildung der künftigen Verbandsrevisoren, Vorstandsmitglieder, Sekretäre, Aufsichtsräte, Revisionskommissionen des Aufsichtsrats, Mitglieder des Genossenschaftsrats, Kontrolleure, Abteilungsleiter, Lagerhalter und Backmeister. Programmatisch waren hiefür die Ausführungen von Heinrich Kaufmann über „Erziehung und Fortbildung" auf dem Genossenschaftstag des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 1910 in München. Die noch sehr junge Genossenschaftsschule dieses Verbandes erstrebt „die Erziehung zum buchhaltungs- und bilanzkundigen Vorstandsmitgliede, Abteilungs- und Betriebsleiter", sowie allgemein die Hebung der bestehenden betriebswirtschaftlichen Einrichtungen und Methoden auf den modernsten Stand, vor allem aber die Erziehung zum Genossenschafter.

3. Die Bedeutung des Mitgliederausschusses

Eine Stärkung des genossenschaftlichen Verbraucherbewußtseins in den Mitgliedern muß auch durch den Mitgliederausschuß erfolgen. Die heutigen Mitgliederausschüsse — von der Leitung des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine schon lange vor dem Krieg empfohlen — beruhen vollständig auf dem regionalen Prinzip. Der Mitgliederausschuß hat die Harmonie des reinen Konsumgenossenschaftsgedankens der Betriebsleitung mit dem genossenschaftlichen Verbrauchergedanken der Mitglieder in allen Tagesfragen zu ermöglichen. Beides muß sich ineinander fügen; das gilt bezüglich des speziellen Genossenschaftsprinzips: für den Erwerb, die Belastung und die Veräußerung von Grundeigentum, für Ausgaben an Baulichkeiten und Betriebseinrichtungen über einer gewissen Höhe, für die Einführung neuer Betriebszweige, für welche besondere Herstellungsräume erforderlich werden, umgekehrt für die Veräußerung von Betriebseinrichtungen über einer gewissen Höhe, auch für die Genehmigung und Aenderung der Sparordnung, sowie der Sterbeunterstützungs-Ordnung. In diesen Angelegenheiten sollte der Mitgliederausschuß (auf gemeinschaftlichen Antrag des Vorstandes und Aufsichtsrats) die beschließende Instanz bilden. Die sachlich erfolgreiche Ausübung dieser Aufgaben setzt elementarste Kenntnis der genossenschaftlichen Zusammenhänge, aber auch ein Erleben der Massenimpulse voraus. Die Ausbildung der hiefür geeigneten Persönlichkeiten, aus denen die Aufsichtsratsmitglieder entnommen werden sollen, ist eine der dringendsten Aufgaben. Der Mitgliederausschuß erlangt so die Qualifikation, auch in Beschwerdesachen, vor allem aber in der Bestellung und Kündigung der Vorstandsmitglieder die entscheidende Instanz zu bilden. Daneben muß der Mitgliederausschuß die Erörterung aller Angelegenheiten der Genossenschaft

[1]) Der gesamte Fragenkomplex aller Möglichkeiten praktisch-pädagogischer Art wird gut zusammengefaßt von H. Sierakowsky, „Örtliche genossenschaftliche Erziehungskurse", s. ferner Sierakowsky-Schweikert, „Das Fortbildungswesen des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine", Hamburg. Siehe auch Staudinger, „Kurze Übersicht über das genossenschaftliche Bildungswesen", Hamburg.

in den Bezirksversammlungen pflegen; er hat, geführt vom Sekretariat, sachliche „Aufklärung" zu verbreiten, sowie Wünsche und Anregungen der Mitglieder zu beraten und weiterzuleiten.

So ist der Mitgliederausschuß ein umfassendes Kontrollorgan im Sinn eines wirksamen genossenschaftlichen Bindeglieds zwischen der Betriebsleitung und den „Vertretern" bezw. der Mitgliedschaft selbst. Seine Größe muß sich — neben dem Ersatz — mit der Anzahl der Verteilungsstellen höchstens decken. In der Zusammensetzung des Mitgliederausschusses muß ferner, trotz aller regionalen Organisation, das Berufsprinzip nicht verletzt werden: die Zusammensetzung der Mitgliedschaft muß möglichst vollständig zum Ausdruck kommen.

Der Mitgliederausschuß hat einen selbständig gewählten Vorstand; an dessen Spitze müßte der Sekretär stehen. § 42 der Mustersatzung des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine für die ihm angeschlossenen Konsumgenossenschaften sieht in den Verhandlungen des Mitgliederausschusses die Mitwirkung des Vorstandes und Aufsichtsrats mit beratender Stimme vor.

II. Gesamtverwaltung und Vertreterversammlung [1]

In der Gesamtverwaltung, einschließlich des Sekretärs, wird der reine Konsumgenossenschaftsgedanke verwirklicht.

Das Verbraucherbewußtsein der Mitglieder wird von allen Sonderwertungen — über die Vertreterversammlung zum Mitgliederausschuß, von hier zum Aufsichtsrat — zunehmend gesäubert. Die konsumgenossenschaftliche Demokratie stärkt hier das Gemeinsame, trotz dem Trennenden, ohne daß dies den Trägern der getrennten Anschauungen voll bewußt zu werden braucht. Die Tendenz zur Differenzierung in dem organisatorischen Aufbau der Konsumgenossenschaft wird immer stärker werden; die ideelle Einheit und die straffe Leitung dieses Entwicklungsprozesses durch den Sekretär wird jedoch dabei wachsen. Im Aufsichtsrat — von der Praxis im Unterschied zur „Regierung" (Vorstand) als „parlamentarischer Ausschuß" [2] der Vertreterversammlung (Parlament) bezeichnet — ist der genossenschaftliche Verbrauchergedanke der Mitglieder noch vorhanden; in ihm muß aber bereits der reine Konsumgenossenschaftsgedanke stärker wirken als im Mitgliederausschuß. Die Wirklichkeit ist hier — je nach den persönlichen Qualifikationen — sehr verschieden. Aus der Differenzierung der Organisation ergibt sich zunehmend die Unmöglichkeit, den genossenschaftlichen Verbrauchergedanken der Massen gegen den reinen Konsumgenossenschaftsgedanken scharf abzugrenzen. Beides ist vereint im Expansiven: neue Mitglieder — wach-

---

[1] Die Zuständigkeiten des Vorstandes und Aufsichtsrats, sowie der Vertreterversammlung bezw. Generalversammlung sind im einzelnen in der Literatur klar und eingehend erörtert worden; auf eine Darstellung, namentlich des Begriffs der Kontrollaufgabe des Aufsichtsrats, wird deshalb verzichtet.

[2] S. u. a. Adolf Ruprecht, „Konsumgenossenschaftliches Handbuch für Aufsichtsratsmitglieder", Hamburg, S. 26 ff.

sende Erziehung — höherer Durchschnittsumsatz pro Mitglied — Erweiterung des Genossenschaftsbetriebs. Die Verschiedenheit besteht nur noch in Vorstand und in der Vertreterversammlung (namentlich hinsichtlich der Aufwand- und Leistungsgrundsätze der Geldrechnung). Aber auch hier kann das Einende sich herausbilden; deshalb: Ersetzung der Generalversammlung durch die Vertreterversammlung, die sich regional aufbaut. Eine solche Auswahl von Mitgliedern beseitigt allmählich die Ursachen der Bedenken gegen die Generalversammlung; der Vertreterversammlung können nun ohne Gefahr die grundlegendsten Fragen zur Entscheidung anvertraut werden.[1] Tatsächlich heben viele Vereinsberichte die Sachlichkeit der Aussprachen in den Vertreterversammlungen hervor.

So ersteht in vollendeter Dialektik der alte „Nachbarschaftsverband". Die Uebereinstimmung des Vorstandes mit der Mitgliedschaft, die in ihrer primitiven Art leicht in unbeschränkte Freiheit des Vorstandes umschlagen kann, wird in feingegliederter, ideeller Fundierung auf höherer Stufe wieder hergestellt. Das Mitglied mit genossenschaftlichem Verbraucherbewußtsein wird handelndes Wirtschaftssubjekt, wenn auch in bescheidenem Umfang. Zunächst muß es jedoch erst dazu erzogen werden. Die Organe zwischen Betriebsleitung und Mitgliedschaft erweitern selbst alle Erziehungsprobleme ins Ungemessene, verstärken aber auch die Last der Selbstverantwortung für die Ermöglichung des Konsumgenossenschaftsgedankens. Je lebendiger diese Kräfte eines neuen Aufbaues ihre Aufgaben in der Selbstverwaltung der Konsumgenossenschaft erfüllen, desto stärker die Einheit in allen Einzelfragen.

III. Die ideelle Selbständigkeit der Konsumgenossenschaften

1. Die ideelle Selbständigkeit[2] der Genossenschaftsleitung muß — von Ausnahmen, welche die Regel bestätigen, abgesehen — wenigstens in Deutschland als Tatsache und als Tendenz festgestellt werden, die theoretisch nicht wegdisputiert werden kann. Es ist der reine Konsumgenossenschaftsgedanke. Leider umgeht ihn R. Weber unbewußt; er unterscheidet lediglich zwischen „privatwirtschaftlicher" und „sozialistischer" Einstellung des Bewußtseins.[3] Dadurch werden alle aus solchen Unterscheidungen gezogenen Folgerungen für die Konsumgenossenschaft hinfällig.

Die Hauptprinzipien der Konsumgenossenschaft sind frei von jeder speziell klassenartigen Bedingtheit. Das Prinzip des maximalen Verbrauchs ist sowohl als Güterversorgungsprinzip wie als Organisations-

[1] Über einzelne Tätigkeiten der Vertreterversammlung s. § 38 des erwähnten Musterstatuts

[2] Der Begriff „Neutralität" kann, wie R. Weber gezeigt hat, für die Konsumgenossenschaften in sehr komplizierte Klärungen und Lösungen zerfallen. Um unnötigen Schwierigkeiten von Neutralitäts- und Klassenkampfbegriffen nicht ebenfalls zum Opfer zu fallen, wird hier auf terminologische Kürze verzichtet und der Ausdruck ideelle Selbständigkeit für das verwendet, auf was es in Wirklichkeit ankommt.

[3] A. a. O., S. 126.

prinzip zu allgemein auf das Wirtschaftssubjekt schlechthin bezogen, als daß es durch die faktische Beschränkung auf die relativ knappen Einkommen in den Klassenkampfbegriff von R. Weber[1] hineindeduziert werden könnte. Was für die Teile der Grundprinzipien gilt, ist für deren Einheit noch stärker zu betonen. Was von den Mitgliedern an Sonderwertungen und von der kapitalistischen Warenwirtschaft an Gewinnzweck an die Leitung der Konsumgenossenschaft herankommt, wird eliminiert. Der innere wie der äußere Tauschverkehr kann insbesondere mit Klassenkampfbegriffen — geschweige demjenigen von Marx — nicht in Zusammenhang gebracht werden. Die klassenmäßigen Bewußtseinsformen in der Gegenwart finden im reinen Konsumgenossenschaftsgedanken keine Betätigungsmöglichkeit; dieser ist keine Massenidee.

2. Sogar das allgemeine Genossenschaftsprinzip ist längst vor dem kapitalistischen Zeitalter vorhanden und teilweise herrschend gewesen.[2] In der Betätigung des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens, d. h. im organisatorischen Aufbau der Genossenschaftsorgane, können indessen Massengedanken voll zur Geltung kommen. Das genossenschaftliche Verbraucherbewußtsein ist — wie in diesem Abschnitt betont — im Unterschied zum reinen Konsumgenossenschaftsgedanken häufig klassenbedingt. So kann sich das freigewerkschaftlich organisierte Mitglied in Deutschland zu einzelnen Fragen der Konsumgenossenschaft anders äußern als etwa ein dänischer Bauer. Jeder begründet das genossenschaftliche Verbraucherbewußtsein verschieden, von seinen speziellen Interessen aus. Der gesamte organisatorische Aufbau einer Konsumgenossenschaft, der allerdings teilweise noch jung ist, teilweise überhaupt noch nicht besteht, beruht aber seinem Zweck nach durchaus auf der Beseitigung dieser Verschiedenheiten. Dieser Reinigungsprozeß wird stärker und umfassender, je mehr er sich den obersten Organen nähert. Er äußert sich sogar (wenn auch schwach) ohne Vertreterversammlung und Mitgliederausschuß. So sind z. B. von Anfang an politische und unpolitische Kritiker und Nörgler der Generalversammlung häufig in den Aufsichtsrat gewählt worden; dort wurden sie fast durchweg brauchbare und gehorsame Mitarbeiter.

In der Literatur wurde die Begründung des organisatorischen Aufbaus der Konsumgenossenschaft abstrakten Beurteilungen der Demokratie schlechtweg,[3] wie Schwerfälligkeit, Beeinflußbarkeit, oder höchstens den Werbe- und Erziehungsaufgaben, entnommen. Dies ist jedoch unzureichend. Gerade die Erörterungen über die genossenschaftliche Demokratie müssen mit konsumgenossenschaftlichen Begriffen erfolgen, um ein wissenschaftlich genügendes Bild der tatsächlichen Tendenzen zu erhalten.

---

[1] A. a. O., S. 123 ff.

[2] Von diesem Gesichtspunkt aus kann auch die extreme Einteilung aller Wirtschaftsstufen in sozialistische (genossenschaftliche) und individualistische gewürdigt werden; ein entsprechender Autor — neben Hans Müller — ist Enstach Mayr, „Die Genossenschaft in der Wirtschaft der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft", Heidelberg 1926.

[3] Eine bemerkenswerte Ausnahme bilden die Veröffentlichungen von Theodor Cassau.

Der genossenschaftliche Verbrauchergedanke hat begrifflich mit „sozialistischem Geist“ nichts zu tun. Diese Tatsache hat einige Autoren verleitet, „sozialistisches Bewußtsein“ aus der Konsumgenossenschaft zu verbannen. Nach unseren Ausführungen über den genossenschaftlichen Verbrauchergedanken ist auch die Beurteilung solcher Wertungen klar. Soweit die sozialistischen Ideen in ihrer Betätigung übereinstimmen mit den konkreten Zielen des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens, sind sie sehr wohl in der Konsumgenossenschaft lebensfähig. In Dresden wird, um das obige Beispiel zu Ende zu führen, ein Konsumvereinsmitglied von konsequent sozialistischer Ueberzeugung, im Sinn einer Ablehnung privatkapitalistischen Profits, niemals im „Görlitzer Waareneinkaufsverein“ einkaufen. Ein großer Teil des Gewinnes dieser Unternehmung wird an die Aktionäre verteilt, ist also privater Profit, den er bekämpft. Dagegen sieht er in der Konsumgenossenschaft dessen Gegenteil und damit dessen Ersetzung. Ein noch relativ kleiner Teil der Mitglieder geht jedoch weiter. Er sieht in den Aeußerungen unseres Prinzips des maximalen Verbrauchs die positive gemeinwirtschaftliche Neuerung. Damit erhebt er sich über den bloßen Klassenkampfinstinkt hinaus zu einem klaren positiven Erfassen der Gemeinwirtschaft. Ein solches Mitglied kann für die Wirksamkeit des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens in der Masse viel bedeuten. Im genossenschaftlichen Verbrauchergedanken bedeutet die Konsumgenossenschaft schließlich doch nur die Erkenntnis höherer Wirtschaftlichkeit des umfassenden solidarischen Verbundenseins der Konsumenten; die Konsumgenossenschaft wird in diesem Fall nach unseren Beobachtungen als *Beziehung* der Mitglieder zueinander begriffen. Der Genossenschaftssozialist bringt dagegen seiner e. G. m. b. H. ein vertieftes, in die Wirtschaft der Zukunft schauendes *Besitzgefühl* entgegen.

Dieses ist häufig noch Halbheit; es können dann heikle Erscheinungen beobachtet werden. So besuchte vor einigen Jahren eine Hausfrau die Versammlung ihres Konsumvereins (in der Schweiz); dort wurde ihr gesagt: was der Konsumverein besitzt, gehört voll und ganz den Mitgliedern und daher auch ihr. Am nächsten Tag begegnete sie einem Lastkraftwagen ihres Konsumvereins und verlangte unter Vorzeigung ihres Mitgliederausweises, man solle sie mitfahren lassen, da sie Mitbesitzerin des Wagens sei. Als dies abgelehnt wurde, lief sie zu den Händlern, und deren Presse teilte den Fall triumphierend der Oeffentlichkeit mit. — Eine solche Forderung unbeschränkter Sondernutzung durch das Einzelmitglied entsteht aus der privatrechtlichen Vorstellung eines Teilhaberverhältnisses, die der in § 1 erwähnten reinen Kauf-Auffassung verwandt ist.

Tatsächlich hat die Treue des kleinen genossenschaftssozialistischen Anhangs in den ersten kritischen Jahren mancher großen Konsumgenossenschaft der 80er Jahre den Aufstieg ermöglicht, als der Weg zur Verteilungsstelle noch weit war und die Rückvergütungen (infolge einer

schon zu Beginn vorhandenen Befolgung unseres Prinzips des maximalen Verbrauchs) noch sehr klein bemessen wurden.

Die Bekämpfung des passiven Verbraucherinteresses und der Umsatzdividende erfolgt ebenfalls am intensivsten durch Genossenschaftssozialisten, desgleichen die Bekämpfung der Borgwirtschaft, besonders aber die Förderung der zentralen und lokalen Eigenproduktion, sowie der Bildung von Reservenkapital. Schon das Programm der Eigenproduktion in den Richtlinien der Pioniere von Rochdale war von sozialistischen Zeitströmungen bedingt. Auch die oben (Seite 80 ff.) wiedergegebene Genfer Resolution der „Internationalen Arbeiterassoziation", 1866, ist durchaus zur Begründung der Eigenproduktion, namentlich der zentralen, geeignet. Was in genossenschaftssozialistischer Polemik gegen Karl Marx als Krönung einer neuen Wirtschaftsform (durch die Eigenproduktion) bezeichnet wurde, die nicht in das Marxsche System passe, das wird bereits von Marx selbst in der Genfer Resolution richtig, wenn auch unvollständig formuliert. Immerhin hat die genossenschaftssozialistische Propaganda den Gedanken der Eigenproduktion in all seinen volkswirtschaftlichen Konsequenzen bis zur Selbstverständlichkeit gesteigert. So begrüßenswert diese Einwirkungen auf den Betrieb auch sind, so hat sich der genossenschaftssozialistische Eifer doch vielfach über die konkreten Zusammenhänge hinweggesetzt und insbesondere hinsichtlich der Preis- und Rückvergütungspolitik, im Zusammenhang mit der Kapitalbildung, unerfüllbare Forderungen vertreten. In solchen Fällen hat der Konsumgenossenschaftsgedanke in der Praxis rasch reinen Tisch gemacht. Das soll allgemein betont werden gegen den Versuch, auch den Konsumgenossenschaftsgedanken mit den sozialistischen Ideen zu identifizieren, oder gar seine Ersetzung durch diese als wissenschaftlich begründbar hinzustellen. Es ist sogar nicht einmal möglich, eine wissenschaftliche Erfassung der tatsächlichen Beeinflussungen der konsumgenossenschaftlichen Fortschritte durch den Genossenschaftssozialismus vorzunehmen, oder auch nur sich auf Methoden und Normen für solche Erkenntnisse festzulegen. Es läßt sich nur allgemein erklären, daß in Gebieten mit stark entwickelter Arbeiterbewegung teilweise die Qualität der Preispolitik, sowie das Maß der Akkumulation relativ weiter fortgeschritten ist. Außerdem ist es unmöglich, die „genossenschaftliche Treue" der Mitglieder nach Klassen oder auch nur nach Ständen oder Berufen, geschweige denn nach Sozialisten oder Nicht-Sozialisten allgemeingültig zu trennen. Versuche dieser Art müssen immer scheitern. Unerheblich sind dabei die genossenschaftssozialistischen Motive im einzelnen,[1]) bei Versuchen, die Hauptprinzipien durch rein sozialistische Formulierungen zu ersetzen, insbesondere nach dem Vorbild des Hans Müller'schen Sozialismus en miniature.[2]) Für eine konsumgenossenschaftliche Theorie kann nur maßgebend sein, was

[1]) Eine zusammenfassende Darstellung geben u. a. R. Weber, a. a. O., insbesondere S. 95 ff., s. auch Kulemann, a. a. O., Bd. 2.

[2]) S. Hans Müller, „Die Klassenkampftheorie und das Neutralitätsprinzip der Konsumgenossenschaftsbewegung", Basel 1907, S. 31 ff.

sich real auf ihre Wirtschaftsprinzipien und auf ihre ideelle Eigenart bezieht. Es ist im Verlauf dieser Untersuchung gezeigt worden, was die Konsumgenossenschaft als Entwicklungsbegriff ist. Eine genossenschafts-sozialistische Betrachtung vermag hingegen lediglich *wertende* Vergleiche zu ziehen: 1. zwischen einer umfassenden Gemeinwirtschaft einerseits und einer erstrebten und „zu Ende gedachten" internationalen Konsumgenossenschaftsorganisation andererseits; 2. zwischen politischer, gewerkschaftlicher und konsumgenossenschaftlicher Tätigkeit der Arbeiterbewegung. Die These der „Dreieinigkeit" ist hier durchaus konsequent. Sie fällt als solche zwar ebenfalls aus unserer Theorie heraus, kann jedoch in ihren Auswirkungen auf die Steigerung der Mitarbeit von Führern der Arbeiterbewegung in den Konsumgenossenschaften nicht übersehen werden; es sei nur auf Vorbilder wie die verstorbenen Arbeiterführer und Aufsichtsratsmitglieder A. v. *Elm* („Produktion", Hamburg), Hermann *Greulich* („Lebensmittelverein Zürich"), sowie auf Hermann *Fleißner* („Vorwärts" Dresden) hingewiesen. Der „Dreieinigkeits"-Gedanke wirbt außerdem, wie schon erwähnt, in den Arbeitermassen wenigstens für die Erwerbung der Mitgliedschaft und häufig auch für die Steigerung der Umsätze. Es ist eben die Genialität der Konsumgenossenschaftsidee: jede Sonderanschauung wirkt in der Konsumgenossenschaft lediglich, soweit sie — das ist immer wieder zu betonen — jeweils im einzelnen Fall die Zwecke der Konsumgenossenschaft fördert, also einen genossenschaftlichen Verbrauchergedanken enthält und diesen durch die Tat äußert. Der dänische Bauer fördert die wirtschaftliche Ueberlegenheit und die Entwicklungsmöglichkeiten des konsumgenossenschaftlichen Zusammenschlusses in nicht wenigen Fällen mindestens ebenso wie der Kopenhagener Arbeiter, aber nicht wie dieser für die Dreieinigkeit des Klassenkampfes, sondern für seine eigene Scholle und für die Sicherung seines bäuerlichen Lebensstils. Der „Dreieinigkeitsgedanke" bedeutet an sich noch keine greifbaren Wirkungen für die Konsumgenossenschaft. Beispiel: Im rheinisch-westfälischen Industriegebiet wurde die „Dreieinigkeit", von der Gründung der Konsumvereine an, in der öffentlichen Agitation gewerkschaftlicher und politischer Art fast durchweg stark betont. Die gewerkschaftlich organisierten Arbeiter erwarben dadurch zwar teilweise die Mitgliedschaft, aber sie benützten zu einem nicht unerheblichen Teil die genossenschaftlichen Einrichtungen überhaupt nicht, weil sie genossenschaftliches Verbraucherbewußtsein, *trotz* der „Dreieinigkeits"-Ideologie, nicht besaßen und außerdem sich meist vom borgenden Krämer nicht freimachten.

Um eine Uebersicht über die tatsächliche Beteiligung freigewerkschaftlich organisierter Arbeiter, Angestellten und Beamten zu bekommen, hat das Sekretariat des Verbandes Schlesischer Konsumvereine im Dezember 1925 folgende Erhebungen angestellt:

Name des Vereins	Gesamtmitgliederzahl	Gesamtzahl d. freigew.-schaftl. org. Arbeiter, Angestellten und Beamten	Davon im Konsumverein organisiert	In Prozent	Davon wirklich Kaufende	In Prozent
Breslau „Vorwärts“	17 229	37 854	9978	26,3	5279	13,9
Freiburg	1 377	2 400	830	34,5	540	22,5
Hirschberg I	6 765	7 500	2525	33,7	2067	27,6
Liegnitz	7 693	14 450	2936	20,3	2456	17,0
Neusalz	2 000	3 000	993	33,1	511	17,0
Striegau	4 725	12 220	3855	31,5	2990	24,4
Neusalzbrunn	11 898	19 565	6046	30,9	4446	22,7
Total	51 687	96 989	27 163	28,0	18 289	18,85

Das ist deutlich genug. Sämtliche Ziffern entsprechen dem Stand vom 30. September 1925. Sie sind allerdings anfechtbar. In einer Konsumvereinsfamilie sind in den angeführten Städten rund zwei freigewerkschaftlich organisierte Angehörige vorhanden. Demgemäß verschieben sich auch die Prozentziffern: der Prozentsatz der konsumgenossenschaftlich Organisierten beträgt total zirka 56 Prozent; der Prozentsatz der kaufend konsumgenossenschaftlich Organisierten im Vergleich zu der Anzahl freigewerkschaftlicher Familien beträgt rund 38 Prozent. Es verschiebt sich jedoch nicht das Verhältnis der kaufenden zu den nichtkaufenden gewerkschaftlich organisierten Mitgliedern; es beträgt rund 6 : 4. Die bezeichneten Städte haben indessen noch verhältnismäßig günstige Ergebnisse; in anderen Gegenden des schlesischen Verbandsgebiets, vor allem in Oberschlesien, sind die Ziffern weitaus schlechter.

Der Vergleich einer vollendeten Gemeinwirtschaft mit einer „zu Ende gedachten“ Konsumgenossenschaftsorganisation enthält alle Schwächen, die auch in R. Weber's Darlegungen in Erscheinung treten. Infolge der Unmöglichkeit einer ausreichend klaren Abgrenzung des „Endzustandes“ von der Konsumgenossenschaft der Gegenwart verfällt die Beurteilung des „gewöhnlichen“, „halbkapitalistischen“ Konsumvereins von heute in eine radikale sozialistische Wertung, teilweise negativer Art. R. Weber wird durch das positiv Sozialistische, das er im heutigen „gewöhnlichen“ Konsumverein wenn auch schwach, verwirklicht sieht, zu seiner unglücklichen Formulierung des Klassenkampfbegriffes gebracht.[1]) Auf S. 102 schreibt er:

„. . . Und noch eins hat sich nebenbei ergeben, nämlich, daß die Konsumgenossenschaftsbewegung im Grunde Klassenkampf ist. Ist sie der oder ein Weg zum Sozialismus, dann ist sie notwendig Klassenkampf, ob sie das mit Bewußtsein will oder nicht. Dann geht es, wie Staudinger sagt, „um Bestand oder Nichtbestand des Profitsystems überhaupt“, mit anderen Worten, um Sein oder Nicht-

[1]) Seine Trennung von destruktivem und extruktivem (aufbauender) Klassenkampf wird dabei seiner Methode durchaus gerecht und ist allgemein wertvoll, obwohl sie für unsere Theorie geringere Bedeutung hat.

sein der Klasse der Unternehmer als Klasse. Sie wehrt sich natürlich nach Kräften gegen den Gegner: die Konsumgenossenschaften. Diese sind somit notwendig in den Klassenkampf verwickelt. Das ist keine dogmatische Behauptung. Echte Unneutralität ist dann unmöglich." [1]

Der Widerspruch eines derart deduktiven Klassenkampfbegriffes zu dem Wesen der Konsumgenossenschaft, ihren Zusammenhängen mit der Umwelt und ihrem ideellen Gefüge ist auffallend. Selbst wenn die Auffassung von Reinhard Weber allgemein gesellschaftliche Gültigkeit hätte — hierfür müßten erst zusammenfassende konkrete Beweise erbracht werden — ist damit noch nicht die geringste Erkenntnis des tatsächlichen Wesens der Organisation und des ideellen Aufbaus der Konsumgenossenschaft gewonnen. Bis zu einem gewissen Grad bezweckt Reinhard Weber eine solche Erkenntnis gar nicht. Seine objektive, allgemein soziologische Lösung, die ihm vorschwebte, ist durchaus denkbar. Diese müßte jedoch die unmittelbare Organisation, sowie die ideelle Struktur der Konsumgenossenschaft voraussetzen, und lediglich ihren allgemein gesellschaftlichen Wirkungen wirtschaftlicher und ideologischer Art nachgehen. Das ist jedoch eine äußerst komplizierte Aufgabe, namentlich hinsichtlich der Möglichkeit einer Trennung von den Interessengegensätzen zwischen Groß- und Kleinbetrieben überhaupt; sie ist verschieden zu stellen und muß vor allem empirisch geklärt werden. Immerhin ist es möglich, hiefür allgemeine Gesichtspunkte zu bringen, wie es R. Weber bezüglich des Neutralitätsproblems versuchte. Eine objektive Unneutralität, fern von allem Bewußten und Unmittelbaren, also nur außerhalb des konsumgenossenschaftlichen Wesens selbst, würde den Tatsachen nicht widersprechen; die ideelle Selbständigkeit würde solchenfalls einen Begriff der objektiven Unneutralität nicht ausschließen. Sein Klassenkampfbegriff verführt R. Weber jedoch — entgegen seiner eigenen Methode — eine gedankliche Beziehung der heutigen Konsumgenossenschaft zu der künftigen Gemeinwirtschaft als das Wesen der Konsumgenossenschaft darzulegen. Selbst wenn es R. Weber vollständig gelingen würde, seinen Klassenkampfbegriff von all dem fernzuhalten, was die Klassenkampfagitatoren tatsächlich wollen, setzt eine Untersuchung seiner Art immer die unsrige voraus. Obgleich also R. Weber's Ergebnisse im einzelnen zur Kritik veranlassen, ist seine Methode zwar ergänzungsbedürftig, aber doch ihrem Wesen nach nicht abzulehnen; sie enthält vielmehr einen Grundgedanken der ökonomischen Geschichtstheorie.

Der Konsumgenossenschaftsgedanke hat in der Gegenwart noch nicht das Verbraucherbewußtsein der Mitglieder in seiner Totalität erfaßt. Er beschränkt sich so gut wie möglich auf die Erfassung und Erziehung des Verwendungsinteresses, sowie des Versicherungs- und Sparsinns der Mitglieder, dagegen noch in den seltensten Fällen auf die Erfüllung des

[1] R. Weber hat in seinem Abschnitt „Neutralität trotz und beim Klassenkampf" die Argumente der Gesamtbewegung ziemlich weitgehend anerkannt.

Siedelungsgedankens, eines der unsichtbarsten, aber idealsten Bestandteile des Verbraucherbewußtseins. Der Konsumgenossenschaftsgedanke hat also nicht nur das Verbraucherbewußtsein zur Willensintensität des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens emporzuführen, sondern zugleich immer mehr in dessen vier Bewußtseinsbestandteile (s. S. 91) hineinzuwachsen. So ist er an sich zwar nicht Massenbewußtsein, aber in den vier Seiten der konsumgenossenschaftlichen Entwicklung in höchstem Maße von dem Verstehen und der daraus hervorgehenden demokratischen Führung des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens bedingt. Das relativ beste positive Beispiel hiefür ist die Hamburger „Produktion".

III. Teil

Aus der Geschichte des Konsumvereins „Vorwärts" für Dresden und Umgebung, e. G. m. b. H.[1]

§ 8. Unter dem Prinzip des maximalen Verbrauchs (1888 bis 1894)

Die ersten Jahre des Konsumvereins „Vorwärts" litten an dem passiven Verbraucherinteresse des größten Teils der Mitglieder. Die Leitung war dagegen durchaus vom Konsumgenossenschaftsgedanken beherrscht, im Unterschied zu der großen Mehrzahl der deutschen Konsumgenossenschaften in den 80er Jahren des vorigen Jahrhunderts. Die Mitglieder zahlten sehr wenig Anteilbeträge ein und verließen sich auf den Begleichungsbeitrag am Jahresschluß. Der Vorstand war schon dadurch zur rein genossenschaftlichen Preispolitik gezwungen. Diese wirkte sich jedoch ausnahmsweise, in nur scheinbarer Abweichung von unseren Formulierungen im § 2, ganz im Sinn unseres Prinzips des maximalen Verbrauchs aus. Als besonderer Faktor wirkte die private Konkurrenz; diese verlegte sich mehr als ein Jahr nach der Gründung des Konsumvereins „Vorwärts" auf Schleuderpreise, die teilweise unter den Einkaufspreisen des Konsumvereins „Vorwärts" lagen. Daneben entwickelte sich die Borgwirtschaft der Händler, während der Konsumverein „Vorwärts" solche Methoden grundsätzlich — gemäß seinen Statuten — ablehnte. Aus diesen Ursachen wurde die Entwicklung des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied gehemmt: in dem Hochschwungsjahr 1889 nahm er ab, stieg 1890 jedoch von 142,7 auf 180,7 Mark, um aber gleich darauf im Krisenjahr 1891 auf 135 Mark zu fallen. Die privaten Detailpreise waren immer noch sehr niedrig, infolge der nun einsetzenden Stockungsjahre. In diesen Jahren war der Mitgliederzuwachs gering; zugleich wurde aber der relative Anteilrest niedriger. Nach dem allgemeinen Genossenschaftsprin-

[1] Ich füge diesen Teil in äußerster Kürze bei, um zu zeigen, wie die Geschichte einzelner Vereine entwicklungstheoretisch bearbeitet werden muß.

zip (s. oben S. 105) müßte dies günstig gewesen sein. Nicht indessen vom Standpunkt des speziellen Genossenschaftsprinzips (der autonomen Güterbeschaffung): der Güterbestand stieg relativ zu stark. Schon 1888, nach der Errichtung der 2. Verteilungsstelle, ließ der Boykott der Großhändler nach; der Güterbestand wurde in primitiver Art auf 18 Mark pro Mitglied gehalten. Das änderte sich bereits 1889, als der Vorstand Beziehungen mit bedeutenderen auswärtigen Firmen anknüpfte. Es mußten größere Mengen gekauft werden; dadurch stiegen die Bestände auf ein Mitglied um mehr als das Doppelte, die Lieferantenschulden teilweise um mehr als das Vierfache. Nennenswerte Reserven waren noch nicht vorhanden, und die Erübrigungen waren sehr gering.

Diese Zeit ist theoretisch eine der interessantesten. Das Prinzip des maximalen Verbrauchs und damit — vom Standpunkt des Mitglieds — das Leistungsprinzip (s. oben S. 105) schien an sich verwirklicht: niedrige Preise und niedrige Rückvergütung im inneren Tauschverkehr! Aber unser Prinzip der autonomen Güterbeschaffung war nicht verwirklicht. Güterbestand und Geschäftsanteile standen vielmehr durchschnittlich nur im Verhältnis 3:1, ähnlich die gesamten Betriebswerte im Verhältnis zu den eigenen Mitteln. Dieses Auseinanderfallen des Konsumgenossenschaftsgedankens kam am schärfsten bis zum Jahr 1892 zum Ausdruck. Das Geschäftsjahr 1892 dagegen brachte bereits einen Uebergangszustand: mit Hilfe einer erfolgreichen Werbearbeit eine Umsatzsteigerung von 135 Mark auf 160 Mark pro Mitglied; diese führte zu einer bescheidenen Verminderung des Güterbestandes, insbesondere aber der Lieferantenschulden (um rund 30 bis 40 Prozent). Gleichzeitig stieg aber der relative Anteilrest, infolge der stärkeren Mitgliederzunahme; dagegen wurde nun von 1893 an stärkeres Ersatzvermögen gebildet. Obwohl der stärkere Anteilrest eine Schwächung der Genossenschaftlichkeit bedeutet, zeigte die Entwicklung von 1892 bis 1894 die volle Berechtigung unseres Lehrsatzes: das Leistungsprinzip im obigen Sinn erweckt und bedingt den genossenschaftlichen Verbrauchergedanken der Mitglieder (höherer Durchschnittsumsatz). Die relativ gestiegene Genossenschaftlichkeit war lediglich umsatzbedingt, trotzdem die Jahre 1892 und 1893 zum Niedergang in der vierjährigen Stockungsperiode gehörten.

§ 9. Unter dem Prinzip der autonomen Güterbeschaffung (1894 bis 1900)

Der relative Anteilrest hatte 1894 seinen Höhepunkt überschritten. Unser spezielles Genossenschaftsprinzip begann sich von da an deutlicher durchzusetzen, und zwar gleichzeitig innerhalb der Idee der organisierten Konsumgenossenschaft (siehe § 3). Schon 1892 hatte die Generalversammlung beschlossen, sich an einer zu gründenden Großeinkaufsgesellschaft zu beteiligen. 1894 begann dementsprechend — mit der Gründung

der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine — die Genossenschaftlichkeit des Konsumvereins „Vorwärts“ auf organisierter Grundlage. Das erschien sofort in dem Sinken des Güterbestandes auf ein Mitglied. Hauptmerkmal der Entwicklung war jedoch — begünstigt durch die anziehenden Preise im Konjunkturaufschwung — die Bildung des notwendigen Ersatzvermögens, die 1901 einen vorläufigen Abschluß erreichen konnte, ferner die Erhöhung der Geschäftsanteilkonten pro Mitglied auf die schließliche Höhe von durchschnittlich 16 Mark, bei einem satzungsgemäßen Nominalbetrag von 20 Mark. Bis 1901 war das Kriterium unseres speziellen Genossenschaftsprinzips im weiteren Sinn erfüllt. Das 1894 gekaufte Grundstück, das für ein neues Hauptlager ausersehen war, sowie das im März 1896 errichtete Manufakturwarenhaus, dem ein weiteres größeren Stils 1898 folgte (nachdem in der Zwischenzeit Schuhwaren in größerem Umfang eingeführt wurden), hatten immerhin keine besonders nennenswerten finanziellen Schwierigkeiten.

Der bemerkenswerteste Vorgang dieser Zeit ist die Bildung und Stärkung des genossenschaftlichen Verbrauchergedankens in den Mitgliedern. Der Hauptgrund hiefür ist in der wachsenden preispolitischen Leistungsfähigkeit bei steigender Rückvergütung zu suchen. Die rein genossenschaftliche Preispolitik, die — mit einigen winzigen Abweichungen — doch im wesentlichen bis 1894 eingehalten war, infolge der erzwungenermaßen niedrigen Detailhandelspreise, wurde ein wenig verlassen (begünstigt durch starke Preiserhöhungen des örtlichen Detailhandels, infolge des Hochschwungs); der Konsumverein „Vorwärts“ blieb in dieser Zeit bereits einige Prozente unter den Durchschnittspreisen. Das Jahr 1894 kann deshalb als entscheidende Wende in der Geschichte dieses Konsumvereins bezeichnet werden. Der Konsumverein „Vorwärts“ wird organisierte Konsumgenossenschaft, tendiert schwach zur konsumgenossenschaftlichen Preispolitik und stellt sich stärker auf assoziative Sparleistungen ein, wenn auch zunächst nur für Zwecke der Begleichung. Das wirkte sich unmittelbar auf die Mitglieder aus. Das Prinzip des maximalen Verbrauchs wurde tunlichst beibehalten, mit sichtbaren Erfolgen. Dies ermöglichte genossenschaftliches Verbraucherbewußtsein, was — entgegen der ersten Periode — das spezielle Genossenschaftsprinzip befruchtete, d. h. den Grad der bilanzmäßigen Genossenschaftlichkeit erhöhte. Unsere Theorie bestätigt sich damit. Das Leistungsprinzip — vom Mitglied aus gesehen — war das Primäre; es bedingte die ideelle Entwicklung der Mitglieder. Das machte sich in den Durchschnittsumsätzen bemerkbar.

Nachdem der Durchschnittsumsatz pro Mitglied im Jahre 1893 rund 171 Mark betrug, stieg er 1884 auf 193 Mark, um dann Steigerungen und einzelne Rückschläge in Höhe von 235 Mark, 213 Mark, 223 Mark, 257 Mark und 260 Mark zu erreichen und schließlich im Jahre 1900 271 Mark zu betragen. Die Rückschläge erklären sich aus dem Mitgliederzugang, der teilweise eine Vermehrung der Gelegenheitsumsätze zur Folge hatte. Der Kapitalmangel der Privatwirtschaft im Jahre 1900 konnte dagegen im Konsumverein „Vorwärts“ die Fortbildung des speziel-

len Genossenschaftsprinzips nicht mehr ungünstig beeinflussen. Die steigenden Durchschnittsumsätze bewirkten vielmehr auch eine günstigere Entwicklung der Lagerdauer.

Der Niedergang im Jahre 1901 und der schwache Konjunkturanstieg im Jahre 1902 lähmten dagegen die Umsätze; diese sanken im Mitgliederdurchschnitt auf 257 Mark.

§ 10. Die Ermöglichung des Konsumgenossenschaftsgedankens (1900 bis 1910)

Die Erfolge der zweiten Epoche zeigten sich im Jahre 1901 in dem Verständnis der großen Mehrzahl der Mitglieder: der Ankauf großer Grundstücke mit entsprechendem Hinterland, zum Bau einer großen Zentralanlage mit Bäckerei, Hauptlager und Kontor wurde in den betreffenden Generalversammlungen bewilligt. Dadurch konnte aber die Preispolitik nicht fortschreiten; es begann vielmehr eine langsame, aber intensive Festigungszeit auf der Grundlage der Ortspreise. Das Hauptmerkmal dieses Dezenniums ist der sichere Aufstieg des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied bei geringer Mitgliederzunahme und entsprechend günstiger Bewegung des relativen Anteilrestes. Dadurch hob sich der wachsende genossenschaftliche Verbrauchergedanke der Mitglieder von dem passiven Verbraucherinteresse der Außenstehenden ab. Hier zeigte sich deutlich das Fehlen einer planmäßigen Werbearbeit.

Infolge der Fortsetzung unseres Prinzips der autonomen Güterbeschaffung konnte der damalige Vorstand die Preiserhöhungen — bedingt durch den ab 1903 eintretenden Hochschwung — kräftig ausnutzen, er mußte sich dadurch wieder der rein genossenschaftlichen Preispolitik völlig ergeben. Im Jahre 1904 erfolgten denn auch besonders umfassende Abschreibungen; diese verursachten gesteigerte assoziative Sparleistungen. Die Reserven, die schon einmal (1903) höher als die Geschäftsanteile waren, stiegen seit 1906 sprungweise über die Geschäftsanteilkonten hinaus. Ein wirksames Ersatzvermögen entstand vor allem im Jahre 1903; auf den Antrag eines Mitglieds beschloß die Generalversammlung die Einführung einer Sparkasse. Diese entwickelte sich sehr rasch; sie ging nur im Stockungsjahr 1907 zurück und zwar noch stärker als der Durchschnittsumsatz pro Mitglied. Im Jahre 1908 springt sie jedoch mit den Durchschnittsumsätzen pro Mitglied sehr rasch in die Höhe, mit diesen die Reinerträge. Im Jahr 1910 ist die finanzielle Festigung im Sinne des speziellen Genossenschaftsprinzips gesichert.

Während des Dezenniums entwickelte sich der Konsumverein „Vorwärts" auch zum Bezirkskonsumverein. Schon im Jahre 1899 und insbesondere im Jahre 1907 fanden Angliederungen kleinerer Vereine an den Konsumverein „Vorwärts" statt. Drohender Zusammenbruch war nur 1899 der Grund.

§ 11. Fortschritte

Die rein genossenschaftliche Preispolitik hatte bis zum Jahre 1910 den Zweck erfüllt. Sie wurde tatsächlich von 1910 ab durch schwache Berücksichtigung konsumgenossenschaftlicher Preispolitik modifiziert. Das hielt an. Zugleich wäre jedoch 1911, wie 1901, der Zeitpunkt gekommen, Betriebserweiterungen vorzunehmen. Das wurde jedoch im wesentlichen unterlassen; deshalb wurden auch durch billige Preise und eine relativ hohe Rückvergütung (8 Prozent) große Mitgliedermassen von bloß passivem Verbraucherinteresse aufgenommen, dagegen erzieherisch nicht verarbeitet. Die Folgen der unterlassenen Betriebserweiterungen (vor allem hinsichtlich einer Großschlächterei) bestanden in einer bedenklich überliquiden Bilanz.

Dagegen entwickelte sich der Konsumverein „Vorwärts" zum Bezirkskonsumverein. Dessen Voraussetzung wurde durch die Verschmelzung der Dresdener Vereine, 1912, größtenteils erfüllt. An dieser hatte das örtliche Gewerkschaftskartell ein Verdienst.

Ein entscheidendes Ereignis, obgleich viel zu spät erfolgt, war die Errichtung eines Genossenschaftssekretariats im Jahre 1920. Von diesem Zeitpunkt an begann eine rührige Werbearbeit, die nach der Einführung der Rentenmarkwährung in umfassender Weise ausgeübt wurde. Zugleich nähert sich der Konsumverein „Vorwärts" immer mehr unseren Merkmalen der konsumgenossenschaftlichen Preispolitik. Durch beide Faktoren bewegt sich der Durchschnittsumsatz pro Mitglied relativ rasch dem Vorkriegsstand zu. Dabei wird die assoziative Sparleistung besonders erhöht, um wenigstens die Begleichungsgrenze zu erreichen. Darüber hinaus wird der Konsumverein „Vorwärts" durch die Aufnahme des Milchvertriebs sowie der Fleischwarenverteilung, sich in den kommenden Jahren zu stärkerer lokaler Eigenproduktion entwickeln müssen; Ziel dieser Entwicklung ist die große Molkerei und der Fleischereigroßbetrieb, ohne dadurch das Traditionelle (die vorbildliche Durchführung des Prinzips der organisierten Konsumgenossenschaft) aufzugeben.

§ 12. Statistisches

I. Mitglieder und Umsätze

a) Im Geschäftsjahr 1924/25

Die Mitgliedschaft setzte sich folgendermaßen zusammen:

Berufsart	Männl. Mitglieder in Prozent der entspr. Summe	Weibl. Mitglieder in Prozent der entspr. Summe	Total in Prozent der Gesamtsumme
Selbständige Gewerbetreibende	4,27	1,75	3,21
Selbständige Landwirte	0,87	0,51	0,72
Freie Berufe, Staats- und Gemeindebeamte	8,95	0,67	5,47
Gegen Gehalt oder Lohn in gewerblichen Betrieben beschäftigt	84,98	77,80[2]	81,97
Gegen Gehalt oder Lohn in landwirtsch. Betrieben beschäftigt	0,55	0,37	0,47
Ohne bestimmten Beruf	0,38	18,9	8,16
Total	100,00	100,00	100,00

Die Umsatzskala stellte sich wie folgt:

bis 100	Reichsmark	5371	Mitglieder	bis 800	Reichsmark	1661	Mitglieder
„ 200	„	8444	„	„ 900	„	1083	„
„ 300	„	8448	„	„ 1000	„	768	„
„ 400	„	6936	„	„ 1500	„	1272	„
„ 500	„	5225	„	„ 2000	„	234	„
„ 600	„	3756	„	über 2000	„	67	„
„ 700	„	2364	„				

45629 Mitglieder
= 63,23 Prozent der Gesamtmitgliedschaft.

[1] Sämtliche angeführten Geldbeträge verstehen sich in Reichsmark.

[2] Darunter 66,92 Prozent Ehefrauen gewerblicher Arbeiter.

b) Übersicht über die Entwicklung des Konsumvereins Vorwärts seit der Gründung

Bilanzjahr	Abschlußtag	Anzahl der eingetragenen Mitglieder	Anzahl der Verteilungsstellen	Warenumsatz	Durchschnittliche Lagerdauer der Gesamtbestände (Tage)	Umsatz pro Mitglied	Nominalhöhe des erforderlichen Ausgleichsumsatzes pro Mitglied
1.	31. 12. 1888	547	2	25 590.—	41	47.—	571.—
2.	31. 12. 1889	948	5	137 298.—	66	142,7	800.—
3.	31. 12. 1890	1 069	5	193 204.—	84	180,7	731.—
4.	30. 9. 1891	1 215	5	164 031.—	90	135.—	633.—
5.	30. 9. 1892	1 465	5	234 683.—	87	160.—	500.—
6.	30. 9. 1893	2 585	10	441 475.—	68	193.—	400.—
7.	30. 9. 1894	6 238	16	1 205 316.—	45	193.—	366.—
8.	30. 9. 1895	9 115	18	2 146 548.—	48	235.—	307.—
9.	30. 6. 1896	11 122	20	2 374 280.—	48	213.—	307.—
10.	30. 6. 1897	14 331	21	3 640 819.—	52	223.—	307.—
11.	30. 6. 1898	15 539	22	4 006 808.—	56	257.—	286.—
12.	30. 6. 1899	17 243	23	4 478 652.—	60	259,7	286.—
13.	30. 6. 1900	19 231	26	5 222 252.—	58	271.—	286.—
14.	30. 6. 1901	21 033	29	5 411 444.—	66	257.—	286.—
15.	30. 6. 1902	21 747	30	5 597 139.—	63	257.—	286.—
16.	30. 6. 1903	22 315	30	5 734 040.—	59	**257.—**	**286.—**
17.	30. 6. 1904	22 455	34	6 032 176.—	63	**268.—**	**250.—** [1]
18.	30. 6. 1905	23 092	35	6 698 291.—	59	290.—	250.—
19.	30. 6. 1906	23 102	35	6 832 495.—	56	269.—	250.—
20.	30. 6. 1907	25 474	41	7 400 871.—	56	291.—	250.—
21.	30. 6. 1908	26 304	42	8 427 177.—	55	320.—	250.—
22.	30. 6. 1909	27 006	44	9 410 471.—	50	349.—	250.—
23.	30. 6. 1910	28 478	47	10 276 618.—	47	361.—	250.—
24.	30. 6. 1911	33 622	56	12 652 967.—	46	376.—	250.—
25	30. 6. 1912	44 668	81	16 040 959.—	46	359.—	250.—
26.	30. 6. 1913	57 588	117	23 413 329.—	43	406.—	250.—
27.	30. 6. 1914	65 879	133	25 465 084.—	50	386.—	250.—
28.	30. 6. 1915	69 750	133	21 115 066.—	62	303.—	250.—
29.	30. 6. 1916	72 203	133	21 098 290.—	52	292.—	250.—
30.	30. 6. 1917	76 633	133	18 665 303.—	38	**243.—**	**250.—** [1]
31.	30. 6. 1918	78 776	132	20 976 916.—	33	**266.—**	**400.—**
32.	31. 6. 1919	77 611	132	18 909 605.—	40	243.—	400.—
33.	31. 6. 1920	78 382	135	10 263 421.—	75	131.—	400.—
34.	31. 6. 1921	80 920	136	11 635 685.—	62	143.—	400.—
35.	31. 6. 1922	82 376	137	9 528 000.—	50	115.—	400.—
36.	31. 6. 1923	80 079	137	6 802 832.—	27	84.—	400.—
37.	31. 6. 1924	80 591	139	10 809 767.—	46	134.—	400.—
38.	31. 6. 1925	72 260	141	19 703 553.—	60	269.—	400.—

[1] Von dem Geschäftsjahr 1903/04 bis zu dem Geschäftsjahr 1917/18 hat der Konsumverein Vorwärts unser umsatzstatistisches Kriterium der Umsatzdividende erfüllt. Die Preispolitik des Konsumvereins Vorwärts nach der Einführung der Rentenmarkwährung kann dagegen als konsumgenossenschaftliche Preispolitik bezeichnet werden. Die assoziativen Sparleistungen haben dagegen in beiden Epochen nicht Not gelitten.

Durchschnittliche Intensität der Verteilungsstellen

Geschäftsjahr	Durchschnittliche Mitgliederzahl pro Verteilungsstelle	Durchschnittsumsatz pro Verteilungsstelle	Durchschnittsumsatz pro Verkaufskraft
1888	273	12 795.—	12 795.—
1889	189	27 459.—	11 441.—
1890	214	38 641.—	14 897.—
1891	243	32 806.—	9 649.—
1891/92	293	46 936.—	11 331.—
1892/93	258	44 147.—	14 305.—
1893/94	390	75 332.—	22 320.—
1894/95	562	119 252.—	26 177.—
1895/96	555	118 714.—	20 827.—
1896/97	682	173 372.—	29 600.—
1897/98	706	182 127.—	28 826.—
1898/99	750	194 724.—	26 659.—
1899/1900	740	200 855.—	27 631.—
1900/01	725	186 601.—	26 789.—
1901/02	725	186 571.—	27 572.—
1902/03	743	191 347.—	27 050.—
1903/04	660	177 417.—	27 139.—
1904/05	660	191 379.—	28 262.—
1905/06	600	195 214.—	28 470.—
1906/07	621	180 509.—	27 512.—
1907/08	626	200 647.—	27 812.—
1908/09	613	213 874.—	30 161.—
1909/10	606	218 651.—	30 585.—
1910/11	600	225 953.—	28 542.—
1911/12	551	198 036.—	29 430.—
1912/13	492	200 113.—	29 674.—
1913/14	495	190 714.—	29 203.—
1914/15	524	158 842.—	25 813.—
1915/16	543	158 633.—	26 406.—
1916/17	579	140 342.—	23 686.—
1917/18	596	158 848.—	27 601.—
1918/19	589	142 951.—	22 064.—
1919/20	582	76 025.—	10 856.—
1920/21	595	70 703.—	12 627.—
1921/22	601	65 313.—	9 528.—
1922/23	584	49 655.—	6 844.—
1923/24	580	77 768.—	20 590.—
1924/25	512	137 805.—	32 768.—

II. Allgemeinster Aufbau der Gesamtkalkulation

Geschäftsjahr	Auf ein Mitglied berechnet				In Prozent des Umsatzes			
	Umsatz	Gesamte Betriebsunkosten	Reinertrag	Rückvergütung	Umsatz	Gesamte Betriebsunkosten	Reinertrag	Rückvergütung
1888	47.—	6,02	2,14	1,6	100.—	12,82	4,6	3,5
1898	142,7	18,51	2,40	3,56	100.—	12,63	1,6	2,5
1890	180,7	24,6	5,46	4,97	100.—	13,61	3,0	2,75
1891	135.—	20,5	4,17	4,05	100.—	12,42	2,6	3,0
1891/92	160.—	17,65	7,03	6,40	100.—	11,08	4,4	4,0
1892/93	171.—	16,5	10,79	8,55	100.—	9,65	6,3	5,0
1893/94	193.—	15,78	13,79	11,58	100.—	8,17	7,1	6,0
1894/95	235.—	17,67	16,77	16,27	100.—	7,87	7,1	6,5
1895/96	213.—	17,14	15,37	13,84	100.—	8,03	7,2	6,5
1896/97	223.—	20,10	18,32	14,39	100.—	7,91	7,2	6,5
1897/98	257.—	21,07	20,53	17,99	100.—	8,17	8,0	7,0
1898/99	259,7	22,05	21,08	18,17	100.—	8,49	8,1	7,0
1899/1900	271.—	23,57	22,77	18,97	100.—	8,68	8,4	7,0
1900/01	257.—	22,72	22,37	17,99	100.—	8,83	8,7	7,0
1901/02	257.—	24,62	22,24	17,99	100.—	9,56	8,6	7,0
1902/03	257.—	23,12	22,29	17,99	100.—	9,00	8,6	7,0
1903/04	268.—	30,67	25,32	21,44	100.—	11,42	9,4	8,0
1904/05	290.—	35,05	27,23	23,20	100.—	12,08	9,4	8,0
1905/06	296.—	35,78	28,62	23,68	100.—	12,09	9,7	8,0
1906/07	291.—	34,07	28,36	23,28	100.—	11,73	9,8	8,0
1907/08	320.—	37,66	31,27	25,60	100.—	11,75	9,8	8,0
1908/09	349.—	39,59	34,37	27,92	100.—	11,36	9,9	8,0
1909/10	361.—	41,8	36,11	26,88	100.—	11,57	10,0	8,0
1910/11	376.—	41,08	37,64	30,08	100.—	10,92	10,0	8,0
1911/12	359.—	37,66	34,68	28,72	100.—	10,49	9,6	8,0
1912/13	406.—	43,42	38,15	36,48	100.—	10,68	9,4	8,0
1913/14	386.—	46,74	37,83	30,88	100.—	12,09	9,8	8,0
1914/15	303.—	36,2	27.—	24,24	100.—	11,96	9,0	8,0
1915/16	292.—	35,74	25.—	23,36	100.—	12,23	8,6	8,0
1916/17	243.—	27,17	17.—	19,44	100.—	11,16	7,1	8,0
1917/18	266.—	39,65	18.—	13,30	100.—	14,89	6,9	5,0
1918/19	243.—	22,17	10.—	12,15	100.—	9,08	3,9	5,0
1919/20	131.—	15,29	3.—	6,55	100.—	11,63	5,7	5,0
1920/21	143.—	14,02	2.—	7,15	100.—	9,64	4,4	5,0
1921/22	115.—	6,9	2.—	5,75	100.—	5,94	3,5	5,0
1922/23	84.—	1,75	0.—	4,20	100.—	2,06	0,8	5,0
1923/24	134.—	12,83	1,81	6,60	100.—	9,50	4,5	5,0
1924/25	269.—	35,45	4,16	13,45	100.—	12,96	5,5	5,0

III. Die Betriebsmittel

1. Die relativen Anteilreste von der Gründung an

Abschlußtag	Geschäfts-anteile	Relativer Anteilrest	Mitgliederzu- bezw. -abnahme
31. 12. 1888	10,17	9,83	—
31. 12. 1889	11,68	8,32	+ 401
31. 12. 1890	14,15	5,85	+ 121
30. 9. 1891	13,92	6,08	+ 146
30. 9. 1892	13,10	6,90	+ 250
30. 9. 1893	11,82	8,18	+ 1120
30. 9. 1894	10,62	9,38	+ 3753
30. 9. 1895	12,59	7,41	+ 2877
30. 6. 1896	14,60	5,40	+ 4007
30. 6. 1897	14,53	5,47	+ 3209
30. 6. 1898	16,01	3,99	+ 1208
30. 6. 1899	16,20	3,80	+ 1704
30. 6. 1900	15,85	4,15	+ 1988
30. 6. 1901	16,08	3,92	+ 1802
30. 6. 1902	16,74	3,26	+ 714
30. 6. 1903	16,97	3,03	+ 568
30. 6. 1904	17,30	2,70	+ 140
30. 6. 1905	16,99	3,01	+ 637
30. 6. 1906	17,42	2,58	+ 10
30. 6. 1907	15,89	4,11	+ 2372
30. 6. 1908	16,11	3,89	+ 830
30. 6. 1909	16,21	3,79	+ 702
30. 6. 1910	16,41	3,59	+ 1472
30. 6. 1911	16,25	3,75	+ 5144
30. 6. 1912	15,24	4,76	+11046
30. 6. 1913	16,40	3,60	+12920
30. 6. 1914	16,79	3,21	+ 8291
30. 6. 1915	14,74	5,26	+ 3871
30. 6. 1916	13,93	6,07	+ 2453
30. 6. 1917	10,27	9,73	+ 4430
30. 6. 1918	13,86	6,14	+ 2143
30. 6. 1919	6,47	13,53	— 1165
30. 6. 1920	3,43	14,90	+ 771
30. 6. 1921	2,51	17,49	+ 2538
30. 6. 1922	1,22	18,78	+ 1456
30. 6. 1923	0,04	19,96	— 2307
30. 6. 1925	3,43	26,57	+ 512
30. 6. 1925	13,28	16,72	— 8331

2. Übersicht über die Bilanzen, auf ein Mitglied berechnet

a) Vermögen

Abschlußtag	Betriebswerte	Güterbestand	Einrichtungen	Grundstückswerte	Angelegte Werte	Flüssige Werte	Forderungen	Bilanzsumme
31. 12. 1888	22,60	18,06	4,54	—	0,05	0,23	0,25	22,13
31. 12. 1889	42,80	35,45	7,35	—	0,19	0,05	0,10	43,14
31. 12. 1890	49,03	41,39	7,64	—	0,17	0,80	0,11	50,11
30. 9. 1891	47,50	40,91	6,59	—	0,14	0,49	0,04	48,17
30. 9. 1892	39,01	33,72	5,29	—	0,12	2,66	0,01	41,80
30. 9. 1893	42,30	36,62	5,68	—	0,42	3,31	0,01	46,04
30. 9. 1894	31,16	26,90	4,26	21,42	0,21	3,60	0,01	56,40
30. 9. 1895	40,74	36,03	4,71	14,82	0,37	5,59	0,20	61,72
30. 6. 1896	39,88	35,60	4,28	19,70	0,39	3,96	0,19	64,12
30. 6. 1897	39,70	35,88	3,82	25,77	0,38	5,10	0,09	71,04
30. 6. 1898	38,41	35,38	3,03	24,01	0,41	6,41	0,08	69,32
30. 6. 1899	44,87	41,67	3,20	45,51	0,60	2,00	0,13	93,11
30. 6. 1900	45,30	42,05	3,25	41,15	0,75	4,42	—	91,62
30. 6. 1901	43,47	40,49	2,98	37,70	4,56	10,92	—	96,67
30. 6. 1902	38,73	36,08	2,65	67,83	12,25	11,64	—	130,45
30. 6. 1903	37,20	35,03	2,17	94,92	1,80	2,69	—	136,61
30. 6. 1904	49,56	43,41	6,15	94,83	1,60	2,46	—	148,45
30. 6. 1905	45,43	40,24	5,19	91,48	2,15	9,19	—	148,25
30. 6. 1906	40,72	37,32	3,49	94,97	3,01	18,43	—	157,13
30. 6. 1907	49,73	39,78	3,95	83,34	6,40	20,42	—	153,88
30. 6. 1908	44,91	40,43	4,48	85,50	5,87	25,97	—	162,25
30. 6. 1909	39,63	37,37	2,26	85,42	28,17	16,30	—	169,52
30. 6. 1910	41,30	40,42	0,88	86,65	39,32	8,39	0,34	176,00
30. 6. 1911	44,19	43,45	0,74	75,60	38,00	12,56	0,29	170,64
30. 6. 1912	44,78	41,46	3,32	67,77	32,90	15,80	0,56	161,81
30. 6. 1913	51,36	46,92	4,44	77,13	31,24	15,20	0,71	175,64
30. 6. 1914	51,24	45,10	6,14	77,16	24,24	16,07	0,50	169,21
30. 6. 1915	46.—	42.—	4.—	63.—	23.—	6.—	1.—	139.—
30. 6. 1916	36.—	33.—	3.—	56.—	25.—	10.—	2.—	129.—
30. 6. 1917	17.—	15.—	2.—	41.—	34.—	8.—	0.—	100.—
30. 6. 1918	28.—	25.—	3.—	54.—	55.—	11.—	1.—	149.—
30. 6. 1919	24.—	23.—	1.—	25.—	24.—	7.—	0.—	80.—
30. 6. 1920	28.—			9.—	3.—	2.—	0.—	42.—
30. 6. 1921	20.—			5.—	1.—	3.—		29.—
30. 6. 1922	12.—			1.—	3.—	0.—		16.—
1923								
30. 6. 1924	30,03			28,80	2,60	3,54	0,12	65,09
30. 6. 1925	46.—			32,10	4,90	0,80	0,29	84,09

b) Kapital

Abschlußtag	Eigene Mittel	Geschäftsanteile	Reserven	Hauptrücklagen	Sonderrücklagen	Grundstücksschulden
31. 12. 1888	10,17	10,17	—	—	—	—
31. 12. 1889	12,10	11,68	0,42			
31. 12. 1890	15,00	14,15	0,85	0,74	0,11	—
30. 9. 1891	15,18	13,92	1,26	0,95	0,31	—
30. 9. 1892	14,48	13,10	1,38	1,03	0,35	—
30. 9. 1893	13,23	11,82	1,41	1,04	0,37	—
30. 9. 1894	12,23	10,62	1,61	0,89	1,72	—
30. 9. 1895	17,93	12,59	5,34	1,25	4,09	12,62
30. 6. 1896	21,60	14,60	7,00	1,83	5,17	16,36
30. 6. 1897	21,77	14,53	7,24	1,98	5,27	20,38
30. 6. 1898	24,68	16,01	8,67	2,74	5,93	17,83
30. 6. 1899	26,02	16,20	9,82	3,46	6,36	35,78
30. 6. 1900	26,88	15,85	11,03	4,12	6,19	30,26
30. 6. 1901	29,01	16,08	12,93	4,88	8,05	24,82
30. 6. 1902	32,71	16,74	15,97	5,86	10,11	55,59
30. 6. 1903	36,00	16,97	19,03	6,84	12,18	54,18
30. 6. 1904	29,89	17,30	12,59	7,94	4,65	56,07
30. 6. 1905	31,90	16,99	14,92	8,99	5,93	51,36
30. 6. 1906	35,38	17,42	17,96	10,38	7,58	50,69
30. 6. 1907	35,69	15,89	19,80	10,75	9,08	42,04
30. 6. 1908	39,31	16,11	23,20	11,81	11,40	40,72
30. 6. 1909	43,19	16,21	26,98	13,05	13,95	39,29
30. 6. 1910	46,91	16,41	30,49	14,04	16,46	32,69
30. 6. 1911	48,78	16,25	32,53	14,33	18,20	16,08
30. 6. 1912	44,39	15,24	29,15	12,23	16,92	16,74
30. 6. 1913	47,32	16,40	30,92	14,15	16,77	20,43
30. 6. 1914	49,16	16,79	32,37	15,14	17,23	17,03
30. 6. 1915	45.—	15.—	30.—	14.—	16.—	14.—
30. 6. 1916	44.—	14.—	30.—			12.—
30. 6. 1917	33.—	10.—	23.—			9.—
30. 6. 1918	46.—	14.—	32.—			12.—
30. 6. 1919	21.—	6,50	14,50			6.—
30. 6. 1920	8.—					3.—
30. 6. 1921	5.—					3.—
30. 6. 1922	2.—					0,50
30. 6. 1923						
30. 6. 1924	21,30	13,43	17,87	11,09	6,78	3,21
30. 6. 1925	37,10	13,28	23,82	14,97	8,85	7,61

b) Kapital (Fortsetzung)

Abschlußtag	Aufgenommene Mittel	Sparkassen-einlagen	Anleihe	Laufende Verpflichtungen	Darunter Lieferantenschulden	Reinertrag	Bilanzsumme
31. 12. 1888	4,57	—	—	6,25	5,66	2,14	22,13
31. 12. 1889	5,13	—	—	23,51	23,31	2,40	43,14
31. 12. 1890	5,30	—	—	24.35	24,15	5,46	50,11
30. 9. 1891	9,13	—	—	19,69	19,69	4,17	48,17
30. 9. 1892	9,55	—	—	10,74	10,74	7,03	41,80
30. 9. 1893	9,54	—	—	12,48	12,48	10,79	46,04
30. 9. 1894	26,81	—	—	3,57	3,57	13,79	56,40
30. 9. 1895	5,93	—	—	8,47	8,47	16,77	61,72
30. 6. 1896	4,96	—	—	5,83	5,83	15,37	64,12
30 6. 1897	4,46	—	—	6,11	6,11	18,32	71,04
30. 6. 1898	4,79	—	—	1,49	1,49	20,53	69,32
30. 6. 1899	5,34	—	—	4,89	4,89	21,08	93,11
30. 6. 1900	9,40	—	4,20	2,26	2,26	22,77	91,62
30. 6. 1901	19,71	—	14,26	0,76	0,76	22,37	96,67
30. 6. 1902	18,84	—	13,62	1,07	0,99	22,24	130,45
30. 6. 1903	21,04	2,42	13,41	3,10	3,09	22,29	136,61
30. 6. 1904	28,87	10,26	13,20	8,30	7,72	25,32	148,45
30. 6. 1905	34,26	16,46	12,55	3,50	3,42	27,23	148,25
30. 6. 1906	41,20	23,66	11,94	1,24	1,08	28,62	157,13
30. 6. 1907	45,61	10,56	29,02	2,18	2,07	28,36	153,88
30. 6. 1908	50.—	34,44	9,68	0,95	0,75	31,27	162,25
30. 6. 1909	51,78	40,17	5,24	0,89	0,78	34,37	169,52
30. 6. 1910	58,85	51,58	0,23	1,44	1,37	36,11	176.—
30. 6. 1911	65,17	58,74	—	2,97	2,91	37,64	170,64
30. 6. 1912	63,67	57,92	—	2,34	2,29	34,68	161,81
30. 6. 1913	66,84	60,09		2,90	2,78	38,15	175,64
30. 6. 1914	62,33	56,36	—	2,86	2,78	37,83	169,21
30. 6. 1915	49.—		—	4.—		27.—	139.—
30. 6. 1916	46.—		—	2.—		25.—	129.—
30. 6. 1917	37.—		—	4.—		17.—	100.—
30. 6. 1918	70.—		—	3.—		18.—	149.—
30. 6. 1919	40.—		—	3.—		10.—	80.—
30. 6. 1920	14.—		—	14.—		3.—	42.—
30. 6. 1921	11.—		—	8.—		2.—	29.—
30. 6. 1922	4.—		—	7½.—		2.—	16.—
30. 6. 1923							
30. 6. 1924	13,87	13,86	—	24,90	22,65	1,81[1])	65,09
30. 6. 1925	20,41	18,90	—	14,18	12,25	4,16	84,09

[1]) Bei der Beurteilung dieser Ziffer ist zu berücksichtigen, daß am 1. Januar 1924 die Goldmarkbilanz aufgestellt worden ist, also nur ein halbes Jahr in Betracht kommt.

3. Übersicht über die Bilanzen, in Prozent des Umsatzes

a) Vermögen

Abschlußtag	Betriebswerte	Grundstückswerte	Angelegte Werte	Flüssige Werte	Forderungen	Bilanzsumme
31. 12. 1888	48,32	—	0,12	0,50	0,53	49,47
31. 12. 1889	29,55	—	0,13	0,04	0,07	29,79
31. 12. 1890	27,13	—	0,09	0,45	0,06	27,73
30. 9. 1891	29,87	—	0,09	0,31	0,03	30,30
30 9. 1892	24,35	—	0,08	1,66	0,01	26,10
30. 9. 1893	24,77	—	0,25	1,95	0,01	26,97
30. 9. 1894	16,13	11,08	0,11	1,86	0,01	29,19
30. 9. 1895	17,30	6,29	0,16	2,37	0,09	26,21
30. 6. 1896	18,68	9,23	0,19	1,86	0,09	30,05
30. 6. 1897	15,63	10,14	0,15	2,00	0,04	27,96
30. 6. 1898	14,89	9,31	0,19	2,49	0,03	26,91
30. 6. 1899	17,28	17,52	0,23	0,77	0,05	35,85
30. 6. 1900	16,68	15,15	0,28	1,63	—	33,74
30. 6. 1901	16,90	14,65	1,78	4,25	—	37,57
30. 6. 1902	15,05	26,35	4,76	4,52	—	50,68
30. 6. 1903	14,48	36,94	0,70	1,05	—	35,17
30. 6. 1904	18,44	35,31	0,58	0,93	—	55,26
30. 6. 1905	15,66	31,54	0,75	3,16	—	51,11
30. 6. 1906	13,77	32,11	1,02	6,23	—	53,13
30. 6. 1907	15,06	28,69	2,20	7,03	—	52,98
30. 6. 1908	14,02	26,68	1,83	8,11	—	50,64
30. 6. 1909	11,37	24,51	8,08	4,68	—	48,65
30 6. 1910	11,45	24,01	10,89	2,33	0,09	48,77
30. 6. 1911	11,74	20,09	10,09	3,34	0,08	45,34
30. 6. 1912	14,47	18,87	9,16	4,41	0,15	45,06
30. 6. 1913	12,63	18,97	7,68	3,74	0,18	43,20
30. 6. 1914	13,26	19,96	6,27	4,16	0,13	43,78
30. 6. 1915	15,47	20,89	7,57	1,98	0,15	46,06
30 6. 1916	12,29	19,16	8,68	3,46	0,56	44,15
30. 6. 1917	7,01	16,95	13,59	3,48	0,30	41,33
30. 6. 1918	10,40	20,28	20,73	4,24	0,38	56,03
30. 6. 1919	9,94	9,93	9,94	3,20	0,06	33,07
30. 6. 1920	21,20	6,65	2,48	1,29	0,15	31,77
30. 6. 1921	14,03	3,36	0,83	1,76	0,03	20,01
30. 6. 1922	10,04	1,02	0,20	2,08	0,02	13,36
30. 6. 1923	1,25	0,04	0,01	1,47	0,04	2,81
30. 6. 1924	22,42	21,45	1,94	2,62	0,10	48,53
30. 6. 1925	16,87	11,77	1,80	0,30	0,11	30,85

b) Kapital

Abschlußtag	Eigene Mittel	Grundstücksschulden	Aufgenommene Mittel	Laufende Verpflichtungen	Reinertrag	Bilanzsumme
31. 12. 1888	21,74	—	9,77	13,38	4,58	49,47
31. 12. 1889	8,36	—	3,54	16,24	1,65	29,79
31. 12. 1890	8,30	—	2,93	13,47	3,03	27,73
30. 9. 1891	9,55	—	5,74	12,39	2,62	30,30
30. 9. 1892	9,04	—	5,96	6,71	4,39	26,10
30, 9. 1893	7,74	—	5,59	7,32	6,32	26,97
30. 9. 1894	6,33	—	13,87	1,85	7,14	29,19
30. 9. 1895	7,61	5,36	2,52	3,60	7,12	26,21
30. 6. 1896	10,12	7,66	2,33	2,73	7,21	30,05
30. 6. 1897	8,57	8,02	1,76	2,40	7,21	27,96
30. 6. 1898	9,60	6,91	1,86	0,58	7,96	26,91
30. 6. 1899	10,02	13,78	2,06	1,88	8,11	35,85
30. 6. 1900	9,90	11,14	3,48	0,83	8,39	33,74
30. 6. 1901	11,28	9,64	7,66	0,32	8,67	37,57
30. 6. 1902	12,71	21,60	7,38	0,42	8,64	50,68
30. 6. 1903	17,01	21,08	8,19	1,21	8,68	53,17
30. 6. 1904	11,12	20,87	10,75	3,09	9,43	55,26
30. 6. 1905	11,00	17,70	11,81	1,21	9,39	51,11
30. 6. 1906	11,96	17,14	13,93	0,42	9,68	53,13
30. 6. 1907	12,29	14,47	15,71	0,75	9,76	52,98
30. 6. 1908	12,27	12,71	15,60	0,30	9,76	50,64
30. 6. 1909	12,40	11,27	14,86	0,25	9,87	48,65
30. 6. 1910	13,00	9,06	16,31	0,40	10,01	48,77
30. 6. 1911	12,96	4,27	17,32	0,79	10,00	45,34
30. 6. 1912	12,36	4,66	17,73	0,65	9,66	45,06
30. 6. 1913	11,64	5,03	16,44	0,71	9,38	43,20
30. 6. 1914	12,72	4,40	16,12	0,74	9,79	43,78
30. 6. 1915	14,93	4,59	16,27	1,23	9,04	46,06
30. 6. 1916	14,98	4,21	15,87	0,50	8,59	44,15
30. 6. 1917	13,64	3,70	15,46	1,42	7,11	41,33
30. 6. 1918	17,33	4,62	26,12	1,02	6,94	56,03
30. 6. 1919	8,64	2,58	16,57	1,32	3,96	33,07
30. 6. 1920	6,09	1,98	10,98	6,99	5,73	31,77
30. 6. 1921	3,60	1,71	7,80	2,47	4,43	20,01
30. 6. 1922	1,58	0,49	3,49	4,26	3,54	13,36
30. 6. 1923	1,03	0,03	0,22	0,74	0,79	2,81
30. 6. 1924	15,88	2,39	10,34	17,70	2,22	48,53
30. 6. 1925	13,61	2,79	7,49	4,54	2,42	30,85

Literatur [1]

Albrecht, R.	Die Beamten-Baugenossenschaften, Heft 11 der Tübinger staatswissenschaftlichen Abhandlungen, Stuttgart 1911
Bittel, Karl	Eduard Pfeiffer und die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung. Diss., Tübingen 1915
Cassau	Die Konsumvereinsbewegung in Großbritannien, Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 150, I, München 1915
„	Die Konsumvereinsbewegung in Deutschland, Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 150, IV., München 1924
„	Die Konsumgenossenschaften, in Band 8 der Sammlung „Die deutsche Wirtschaft und ihre Führer", herausg. von Kurt Widenfeld, Gotha 1925
„	Genossenschaften und Sozialismus, erschienen als Bd. 4 der Hamburger Arbeiterbibliothek, 1926
Crüger, Hans	Aus Vergangenheit und Gegenwart der deutschen Genossenschaften, 1899
„	Einführung in das deutsche Genossenschaftswesen, Berlin 1907
„	Grundriß des deutschen Genossenschaftswesens, Leipzig 1920
„	Artikel „Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften", Hdw. d. St., 4. Aufl., 3. Bd., S. 850 ff, sowie Artikel „Konsumvereine", Hdw. d. St., 4. Aufl., 5. Bd., S. 875 ff.
David, Gertrud	Sozialismus und Genossenschaftsbewegung, Berlin 1910
Deumer, Robert	Das deutsche Genossenschaftswesen, Sammlung Göschen
Dorth, Oskar	Geschichte der Konsumvereinsentwicklung in Rheinland-Westfalen, Diss., Bonn 1913
Elm, A. von	Die Genossenschaftsbewegung, Hamburg, 1921
Faucherre	Grundsätzliches zur Theorie und Praxis des Konsumvereinswesens, 1903
Fischer, Ernst	Der Verbraucher als Träger der Sozialwirtschaft, Winnenden (Württbg.) 1920
Fleißner	Genossenschaften und Arbeiterbewegung, 2. Auflage, 1924

1) Die vorstehende Auswahl umfaßt lediglich die wichtigsten, für unser allgemeines Thema besonders in Betracht kommenden Veröffentlichungen.

Gerhard, Adele	Konsumgenossenschaften und Sozialdemokratie, Nürnberg 1895
Göhre, Paul	Die deutschen Arbeiterkonsumvereine, Berlin 1910
Göhring, Friedrich	Marxismus und konsumgenossenschaftliche Neutralität, „Der Aufbau" (Sozialistische Wochenzeitung), Zürich 1924, Nr. 14 und Nr. 16
Hentschel, Edgar	Groß- und Kleinbetrieb im Detailhandel, unter besonderer Berücksichtigung der Konsumvereine, maschinenschriftl. Diss., Tübingen 1923
Holyoake, George	Geschichte der redlichen Pioniere zu Rochdale, übersetzt von Hentschke, Leipzig und Berlin 1888
Jacob, Eduard	Volkswirtschaftliche Theorie der Genossenschaften, Stuttgart 1913
Kaff, Siegmund	Aus dem Reich der britischen Genossenschaften, Wien 1909
Kaufmann, Heinrich	Unsere Englandreise, Hamburg 1904
„	Geschichte des konsumgenossenschaftlichen Großeinkaufs in Deutschland, Hamburg 1904
„	Die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine, 1894—1919, Hamburg 1919
„	Ein konsumgenossenschaftlicher Blick in die Zukunft, 1.—500. Tausend, Hamburg 1921
„	Die Stellungnahme der Sozialdemokratie zur Konsumgenossenschaftsbewegung, Hamburg
„	Die Neutralität der Konsumgenossenschaften, Hamburg
Kautsky, Karl	Konsumvereine und Arbeiterbewegung, Wien 1897
Kilian, Friedrich	Industrie, Handel und Konsumvereine in ihrem neueren wirtschaftlichen Zusammenhang, maschinenschriftl. Diss., Tübingen 1923
Knittel, Albert	Die Entwicklung der Konsumvereine in Deutschland, Diss., Karlsruhe 1894
„	Beiträge zur Geschichte des deutschen Genossenschaftswesens, Freiburg 1895
Krecke, H.	Die genossenschaftliche Ordnung der Wirtschaft, Berlin 1896
Lederer, Emil	Versuch einer reinen und realistisch-empirischen Theorie des Konsumentenmonopols, Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, 35. Bd.
Leonhard	Der Reichsverband deutscher Konsumvereine und seine Stellung in der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung, maschinenschriftl. Diss., Tübingen 1923
Lindecke	Das Genossenschaftswesen in Deutschland, Leipzig 1908
Loening	Die Entwicklung des Genossenschaftswesens in Deutschland
Mayr, Enstach	Die Genossenschaft in der Wirtschaft der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft, Heidelberg 1926
Müller, Hans	Die schweizerische Konsumgenossenschaftsbewegung, Basel 1896
„	Wesen, Grundsätze, und Nutzen der Konsumvereine, 2. Aufl., Basel 1908

Müller, Hans	Geschichte der internationalen Genossenschaftsbewegung, Halberstadt 1924
„	Von der liberalen zur sozialen Genossenschaftstheorie, Jena 1925
Müller, August	Die Seifenfabrik der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine, Hamburg 1910
„	Weltkrieg und Konsumgenossenschaften, Hamburg 1916
Munding, Karl	V. A. Huber's ausgewählte Schriften über Sozialreform und Genossenschaftswesen, Berlin 1884
Neudörfer	Grundlagen des Genossenschaftswesens, Wien und Leipzig 1921
Oppenheimer, Alfred	Die Funktionäre des deutschen Genossenschaftswesens, Halberstadt 1923
Oppenheimer, Franz	Die Siedlungsgenossenschaft, Versuch einer positiven Ueberwindung des Kommunismus durch Lösung des Genossenschaftsproblems und der Agrarfrage, Leipzig 1896
Parisius-Krüger	Das Reichsgesetz betr. die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften, Kommentar, Berlin 1912
Pfeiffer, Eduard	Ueber Genossenschaftswesen, Leipzig 1863
„	Die Konsumvereine, Stuttgart 1869
Pröbst, Franz	Die Grundlehren der deutschen Genossenschaften, München, Bd. 1, 1875, Bd. 2, 1884
Richter, Eugen	Die Konsumvereine, ein Not- und Hilfsbuch für deren Gründung und Einrichtung, 1867
Riehn, Reinhold	Das Konsumvereinswesen in Deutschland, seine volkswirtschaftliche und soziale Bedeutung, mit einem Vorwort von Brentano, erschienen in: Münchner staatswissenschaftliche Studien, herausg. von Brentano und Lotz, 51. Stück, München 1902
Ruppprecht-Schweikert	Konsumgenossenschaftliches Handbuch für Aufsichtsratsmitglieder, Hamburg 1924
Sassen	Die Entwicklung der Genossenschaftstheorie im Zeitalter des Kapitalismus, München 1914
Schär, J. Fr.	Die sozialen und wirtschaftlichen Aufgaben der Konsumgenossenschaften, Basel 1910
„	Konsumverein und Warenhaus, Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Bd. 31
„	Kalkulation und Statistik im genossenschaftlichen Großbetrieb, Basel 1910
„	Der soziale Handel, Berlin 1916
„	Genossenschaftliche Reden und Schriften, Bd. 1 der „Pioniere und Theoretiker des Genossenschaftswesens", herausg. vom Verband schweizerischer Konsumvereine 1920
Schlösser	Die konsumgenossenschaftliche Gütervermittlung, Mannheim 1914
„	Der Konsument im Rätesystem, Schriftenreihe „Praktischer Sozialismus", Nr. 6, 1920
Schneider	Anweisung für Konsumvereine, Berlin 1870

Schulze-Delitzsch	Assoziationsbuch für deutsche Handwerker und Arbeiter, Leipzig 1853
„	Kapitel zu einem deutschen Arbeiterkatechismus, sechs Vorträge, Leipzig 1853
„	Die arbeitenden Klassen und das Assoziationswesen in Deutschland, 2. Aufl., Leipzig 1863
„	Die Entwicklung des deutschen Genossenschaftswesens, Berlin 1870
Siegfried, Bernhard	Repetitorium des Genossenschaftswesens, Zürich 1915
Staudinger, Franz	Die Konsumgenossenschaft, Leipzig 1920
„	von Schulze-Delitzsch bis Kreuznach, Hamburg 1903
„	Sozialwirtschaftlicher Grundriß, Hamburg 1912
„	Kulturgrundlagen der Politik, Bd. 2, Jena 1914
„	Die Bedeutung des Genossenschaftswesens, Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Bd. 48, Heft 3
„	Soziale Wegnotwendigkeiten, Hamburg 1919
Torwart, F. F.	Hermann Schulze-Delitzsch's Schriften und Reden, V. Bd., Berlin 1913
Totomianz	Theorie, Geschichte und Praxis der Konsumentenorganisation, Berlin 1923
„	Anthologie des Genossenschaftswesens, Berlin 1922
„	Die Konsumvereine in Rußland, Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 150, II. München 1923
„	Einführung in das Genossenschaftswesen, Halberstadt 1925
Vandervelde	Neutrale und sozialistische Genossenschaftsbewegung, Stuttgart 1919
Webb, S. und B.	Die britische Genossenschaftsbewegung, mit einem Vorwort von Brentano, 1893
„	Die Genossenschaftsbewegung der Konsumenten, Halberstadt 1925
„	Die genossenschaftliche Gemeinwirtschaft, Halberstadt 1925
Weber, Reinhard	Konsumgenossenschaften und Klassenkampf, Halberstadt 1925
Wilbrandt, R.	Die Bedeutung der Konsumgenossenschaften, Göttingen 1913
„	Sozialismus, Jena 1919
„	Konsumgenossenschaften, Stuttgart 1922
„	Die Untersuchungen des Vereins für Sozialpolitik über die Konsumgenossenschaften, „Der Aufbau" (Sozialistische Wochenzeitung), Zürich 1924, Nr. 48
Wilhelm, W.	Die Wirtschaftsdemokratie der Zukunft, Wien 1919
Wygodzinski	Das Genossenschaftswesen in Deutschland, Leipzig 1911
Zeidler	Geschichte des deutschen Genossenschaftswesens der Neuzeit, Leipzig 1893

Zeitschriften

Allgemeine genossenschaftliche Biographie, herausg. vom Internationalen Genossenschaftsbund, London 1906 ff.

Bibliographie der Sozialwissenschaften

Blätter für Genossenschaftswesen, Berlin

Der freie Genossenschafter, Organ des Zentralverbandes österreichischer Konsumvereine, Wien

Der Konsumverein, Organ des Verbandes deutscher Konsumvereine, herausg. von Eduard Pfeiffer, Stuttgart 1868—1871

Der Konsumverein, Organ des Verbandes süddeutscher Konsumvereine, München 1883—1904

Der Schweizer Konsumverein, Organ des Verbandes schweizerischer Konsumvereine, Basel

„Die Gemeinwirtschaft", Monatschrift für Theorie und Praxis der gesamten Gemeinwirtschaft, Hermsdorf (Thüringen).

Frauengenossenschaftsblatt, Hamburg 1902—1907

Jahr- und Adreßbuch der deutschen Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften, herausg. von der Preußischen Zentralgenossenschaftskasse, Berlin 1904 ff.

Jahrbuch der internationalen Genossenschaftsbewegung, London und Zürich, 1. Jahrg. 1910, 2. Jahrg. 1913

Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, Hamburg, 1903 ff.

Jahrbuch des deutschen Genossenschaftsverbandes, Berlin

Jahresbericht des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine

Internationales Genossenschaftsbulletin, monatlich herausgegeben vom Internationalen Genossenschaftsbund

Kongreßberichte des Internationalen Genossenschaftsbundes, London

Konsumgenossenschaftliche Praxis, Düsseldorf

Konsumgenossenschaftliche Rundschau, Hamburg

Konsumgenossenschaftliche Korrespondenz, Hamburg

Wochenbericht der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine, 1894—1902

Ein Verzeichnis der erschienenen Dissertationen findet sich in Nr. 3 der „Genossenschaftskorrespondenz", herausg. vom Seminar für Genossenschaftswesen an der Universität Halle

Druck: Donau-Wacht, G. m. b. H., Ulm a. D.